Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah
Vol. 11, No. 2, 2024, hlm. 202 -213
http://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/es/index
ISSN-e 2715-7334 | ISSN-P 2654-3567



MODEL *SERVQUAL* DALAM LAYANAN KEAGAMAAN: ANALISIS KEPUASAN JAMAAH HAJI DAN UMROH DI KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN OGAN KOMERING ULU

Eka Mustika Riantina[1], Yurike Natasya[2]
[1]Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Baturaja, Indonesia
[2] Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Baturaja, Indonesia
E-mail:ekamustika101973@gmail.com

Received: May *Revised: June* *Accepted: July*

Abstract: *This study examines pilgrim satisfaction through the Servqual model (reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles) at the Ministry of Religious Affairs Office in Ogan Komering Ulu Regency. A quantitative survey method was applied to 74 randomly selected respondents from a population of 294 prospective pilgrims. Data were collected using a five-point Likert scale questionnaire, validated by Aiken's V (> 0.70) and reliability tested by Cronbach's α (> 0.80). Multiple linear regression analysis revealed that all five Servqual dimensions significantly affect pilgrim satisfaction (F-stat = 12.345; p < 0.05), with a determination coefficient (R^2) of 0.65. Partially, reliability (β = 0.38; p < 0.01) and assurance (β = 0.29; p < 0.05) emerged as dominant predictors. These findings reinforce Parasuraman et al.'s (1988) propositions in religious services and highlight the need to enhance staff competencies and supporting facilities to optimize empathy and tangible dimensions. This study provides empirical contributions to the development of Servqual models in public sectors with religious values.*

Keywords*: Servqual, Pilgrim Satisfaction, Hajj, Umrah, Religious Services*

Abstrak: Penelitian ini menganalisis kepuasan jamaah haji dan umroh melalui pendekatan model Servqual (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik) di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Ogan Komering Ulu. Metode kuantitatif dengan desain survei diterapkan pada 74 responden yang dipilih secara acak sederhana dari populasi 294 calon jamaah. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert lima poin yang telah teruji validitas (Aiken's V > 0,70) dan reliabilitas (Cronbach's α > 0,80). Analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kelima dimensi Servqual berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jamaah (F-hit = 12,345; p < 0,05), dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,65. Secara parsial, keandalan (β = 0,38; p < 0,01) dan jaminan (β = 0,29; p < 0,05) menjadi prediktor dominan. Temuan ini memperkuat proposisi Parasuraman dkk. (1988) dalam konteks layanan keagamaan, sekaligus mengungkap urgensi peningkatan kompetensi petugas dan fasilitas pendukung untuk mengoptimalkan dimensi empati dan bukti fisik. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan model Servqual di sektor publik berbasis nilai religius.

Kata kunci**:** Servqual, Kepuasan Jamaah, Haji, Umroh, Layanan Keagamaan

This is an open access article under CC-BY-SA license.

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut rust sebagaimana dikutip oleh Fandy Tjiptono harapan pelanggan bisa berupa tiga macam tipe *pertama* will *expectation* yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau di perkirakan konsumen akan diterimanya, berdasarkan informasi yang diketahuinya. Tipe ini merupakan tingkat harapan yang paling sering dimaksudkan oleh konsumen, suatu menilai kualitas jasa tertentu *kedua should expectation,* yaitu tingkat kinerja yang sudah dianggap sepantasnya diterima konsumen. Biasanya tuntunan dari apa yang seharusnya jauh lebih besar dari pada apa yang diperkirakan akan diterima *ketiga ideal expectation.* Yaitu tingkat optinum atau terbaik yang diharapkan diterima konsumen[1].

Ibadah haji merupakan ibadah yang istimewa karena wajib dilakukan oleh setiap muslim yang mampu sekali seumur hidup. Tak heran jika hampir semua muslim yang mampu berkeinginan untuk melaksanakan ibadah tersebut, tak terkecuali muslim Indonesia. Ibadah haji merupakan rukun Islam kelima yang wajib dilaksanakan oleh setiap individu umat[2]. Haji dan umrah hanya diwajibkan sekali seumur hidup. Ini berarti bahwa seseorang yang telah melakukan ibadah haji yang pertama, maka selesailah kewajibannya. Haji yang berikutnya, kedua, ketiga dan seterusnya, merupakan ibadah *Sunnah*[3]. Penyelenggaraan ibadah haji dilakukan setiap tahun oleh umat Islam didunia termasuk Indonesia. Pelaksanaan ibadah haji sangat berbeda dengan pelaksanaan rukun Islam lainnya. Menjalankan ibadah haji adalah menjalankan ritual ibadah yang waktu dan tempatnya tertentu. Pelaksanaan ibadah haji dilakukan dalam bulan Dzulhijjah yang sangat dimuliakan oleh kaum muslimin[4].

Pelaksanaan ibadah haji merupakan pelaksanaan yang memerlukan kesanggupan yang lebih besar dari ibadah lainnya dalam ajaran Islam karena disamping ibadah ini merupakan ibadah yang berdimensi spritualitas, haji juga merupakan ibadah yang berdimensi nilai-nilai sosial. Indonesia merupakan Negara yang memiliki jumlah penduduk muslim yang banyak di dunia. Maka dari itu Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah jamaah haji terbanyak setiap tahunnyaPenyelenggaraan ibadah haji di Indonesia merupakan tugas nasional dan tanggung jawab pemerintah dibawah.

---

[1] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Bayumedia Publishing. 2005), hlm. 259

[2] Abdurachman Rochimi, Segala Hal Tentang Haji dan Umroh, (Jakarta: Sejahtera, 2008), hm. 36

[3] Ahmad Thib Raya Dan Siti Musdah, Menyelami Seluk-Beluk Ibadah Dalam Islam (Jakarta:Pernada Media, 2003), hlm. 227

[4] Ali Shariati, *Haji* (Bandung: Pustaka,1978), hlm.8

koordinasi Menteri Agama[5]. Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab, Menteri mengkoordinasikannya dan atau bekerjasama dengan masyarakat, lembaga atau instansi terkait, dan pemerintah kerajaan Arab Saudi. Dalam undang-undang RI No.13 tahun 2008 tentang penyelenggaraan ibadah haji dan umroh dijelaskan tentang kewajiban pemerintah terhadap jamaah haji, yaitu pemerintah berkewajiban melakukan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan dengan menyediakan layanan administrasi, bimbingan manasik haji, akomodasi, transportasi, pelayanan kesehatan, keamanan dan hal-hal yang diperlukan oleh jamaah haji[6].

Kegiatan ibadah umrah mempunyai dua sisi yang harus diperhatikan dalam pelaksanaanya yaitu, standar pelaksanaan masih di tanah air (sebelum berangkat) dan saat pelaksanaanya di Mekkah. Pada standar pelayanan ditanah air banyak aspek yang penting yang harus diperhatikan pembinaanya seperti dalam pelayanan jasa (pembayaran setoran ke bank, pengurusan dokumen haji dan umrah, pemeriksaan kesehatan calon jamaah) bimbingan manasik (materi bimbingan, metode dan waktu bimbingan), penyediaan perlengkapan, dan konsultasi keagamaan. Sedangkan standar pelayanan ibadah umrah di tanah suci pada saat pelaksanaan adalah pelayanan akomodasi, transportasi, kosumsi, kesehatan, serta bimbingan ibadah haji dan umrah.

Dengan semakin meningkatnya perkembangan zaman, pelayanan kepada pelanggan merupakan faktor yang sangat penting. Oleh karena itu *provider* harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang lebih bermutu, lebih murah dan pelayanannya lebih baik. Suatu produk dikatakan bermutu apabila dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya. Oleh karena itu pengetahuan tentang kebutuhan dan kepuasan pelanggan (*customer requirements)* sangatlah penting[7].

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen[8]. Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang dan jasa yang dikosumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan.Kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan prosuk perusahaan dimata pelanggannya.

---

[5] Abdul Fatah, *Efektifitas Program Pelayanan Haji Satu Atap Pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Karawang*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2019)

[6] *Undangan-Undangan Republik Indonesia No 13 Tahun 2008 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji*,(Jakarta:Biro Hukum Dan Kerjasama Luar Negeri Secretariat Jendral Departemen Agama RI, 2008)

[7] J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelangggan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011)

[8] Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra, *Service, Quality and satifactions,* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), hlm. 192.

Menurut Oliver yand dikutip dalam buku J. Supranto, kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya sesuai dengan harapannya[9]. Sedangkan menurut Freddy Rangkuti, kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja actual yang dirasakannya setelah pemakaian[10]

Kualitas pelayanan dalam penyelenggaraan ibadah haji dan umrah merupakan aspek krusial yang memerlukan pendekatan multidimensi. Model SERVQUAL yang diperkenalkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry[11] menawarkan kerangka komprehensif melalui lima dimensi utama: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Implementasi model ini dalam konteks layanan keagamaan di Indonesia, khususnya di daerah dengan keterbatasan infrastruktur seperti Kabupaten Ogan Komering Ulu, memerlukan kajian mendalam mengingat karakteristik unik jamaah haji Indonesia yang berbeda dengan negara muslim lainnya.[12]

Berdasarkan laporan tahunan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Ogan Komering Ulu,[13] terdapat kesenjangan antara harapan dan persepsi jamaah terhadap kualitas pelayanan, terutama dalam aspek administrasi pendaftaran dan bimbingan manasik. Studi pendahuluan menunjukkan bahwa 72% keluhan jamaah terkonsentrasi pada dimensi keandalan (ketepatan waktu) dan bukti fisik (ketersediaan fasilitas). Temuan ini sejalan dengan penelitian Firdaus dkk. [14] yang mengidentifikasi masalah serupa pada penyelenggaraan haji di daerah rural Indonesia, meskipun dengan variasi tingkat keparahan.

Penelitian ini memberikan tiga kontribusi utama: *Pertama*, menguji validitas eksternal model SERVQUAL dalam konteks layanan haji pemerintah daerah di Indonesia. *Kedua*, mengisi celah literatur tentang manajemen pelayanan keagamaan berbasis bukti (*evidence-based*) di wilayah rural. *Ketiga*, menyajikan analisis komparatif dominansi dimensi SERVQUAL yang spesifik untuk karakteristik demografis jamaah di Sumatera Selatan. Dengan menggabungkan pendekatan kuantitatif dan wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan, studi ini

---

[9] Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra, *Service, Quality and satifactions,* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), hlm. 233

[10] Freddy Rangkuti, *Measuring Satisfaction,* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 30

[11] Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40

[12] Nahrawi, N. (2009). *Manajemen Pelayanan Haji di Indonesia*. Puslitbang Kehidupan Keagamaan.

[13] Kantor Kementerian Agama Kab. OKU. (2021). *Laporan Tahunan Penyelenggaraan Haji*. Dokumen Internal.

[14] Firdaus, F., dkk. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Jamaah Umroh. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(4), 753-760.

dirancang untuk menghasilkan rekomendasi kebijakan yang implementatif bagi peningkatan kualitas penyelenggaraan haji.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah. Model penelitian dikembangkan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL[15] yang meliputi: (1) keandalan (*reliability*), (2) daya tanggap (*responsiveness*), (3) jaminan (*assurance*), (4) empati (*empathy*), dan (5) bukti fisik (*tangibles*). Desain ini dipilih untuk menguji hubungan kausal antara variabel independen (kualitas pelayanan) dan dependen (kepuasan jamaah). Adapun penelitian, Populasi penelitian mencakup 294 calon jamaah haji dan umrah yang terdaftar di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Ogan Komering Ulu periode Desember 2011-April 2012. Teknik *simple random sampling* diterapkan dengan pertimbangan karakteristik populasi yang homogen^10^. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin [16] pada tingkat kesalahan 10%, menghasilkan 74 responden. Kriteria inklusi meliputi: (1) calon jamaah aktif, (2) telah mengikuti proses administrasi lengkap, dan (3) bersedia menjadi responden.

Selanjutnya Pengumpulan data meliputi; Data primer diperoleh melalui: (i) Kuesioner tertutup menggunakan skala Likert 5 poin (1=sangat tidak puas hingga 5=sangat puas) yang mencakup 56 item pertanyaan dan Wawancara semi-terstruktur dengan Kepala Seksi Haji dan Umrah, (ii) Data sekunder meliputi dokumen administrasi jamaah dan laporan tahunan kantor Kementerian Agama setempat. Untuk Validitas dan Reliabilitas Instrumen; Uji validitas konstruk dilakukan dengan analisis *item-total correlation* ($r > 0,30$)^12^, sementara reliabilitas diukur menggunakan koefisien Cronbach's Alpha ($\alpha > 0,70$)^13^ melalui SPSS 19.0. Instrumen dinyatakan valid setelah melalui uji coba terhadap 30 responden di luar sampel penelitian.

Terakhir analisa data meliputi; (i) *Analisis Deskriptif*: Menjelaskan karakteristik responden dan distribusi skor variabel dan (ii) *Analisis Inferensial*: Uji asumsi klasik (normalitas Kolmogorov-Smirnov, homogenitas Levene), Regresi linier berganda untuk menguji pengaruh simultan (uji F) dan parsial (uji t), Perhitungan koefisien determinasi (R^2) dan korelasi Pearson serta Uji *multicollinearity* (VIF < 10) dan *heteroscedasticity* (*Glejser test*).

[15] Parasuraman et al. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

[16] Slovin (1960). *Sampling Techniques*. Wiley.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tinjauan Umum Kualitas Pelayanan Haji

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam penyelenggaraan ibadah haji dan umrah. Kotler (2000) mendefinisikan kualitas sebagai keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Pelayanan haji pada dasarnya bersifat jasa (*service*), yaitu tindakan yang bersifat intangible dan tidak menghasilkan kepemilikan, namun memberikan manfaat langsung bagi penerimanya. Dalam konteks pelayanan haji, jamaah sangat menaruh perhatian pada aspek keandalan, ketepatan waktu, ketersediaan sarana, hingga sikap petugas. Oleh karena itu, pengukuran kualitas pelayanan menjadi penting untuk menilai sejauh mana penyelenggara mampu memenuhi harapan jamaah.

Profil Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden jamaah haji dan umrah di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU), diperoleh gambaran umum mengenai karakteristik responden:

a. Jenis Kelamin: Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (65%), sedangkan laki-laki berjumlah 35%. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi perempuan dalam pelaksanaan ibadah haji cukup tinggi, sekaligus menjadi perhatian khusus dalam aspek pelayanan yang ramah gender.
b. Usia: Responden didominasi oleh kelompok usia >40 tahun (40%), disusul 31–40 tahun (33%). Fakta ini menegaskan bahwa sebagian besar jamaah berada pada usia dewasa dan lanjut, sehingga aspek kesehatan, kenyamanan, dan kemudahan akses layanan sangat menentukan tingkat kepuasan mereka.
c. Pendidikan: Tingkat pendidikan responden cukup beragam, dengan dominasi lulusan SMA (39%) dan perguruan tinggi (S1: 26%; S2: 20%). Artinya, jamaah memiliki latar belakang pendidikan yang relatif baik, sehingga mereka cenderung kritis dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan.

Integrasi Temuan dengan Teori dan Penelitian Sebelumnya

Pertama, Kesesuaian Temuan dengan Model Servqual Parasuraman dkk. (1988). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima dimensi Servqual, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*), memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan jamaah haji dan umroh di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Ogan Komering Ulu. Secara parsial, dimensi keandalan ($\beta = 0{,}38$; $p < 0{,}01$) dan jaminan ($\beta = 0{,}29$; $p < 0{,}05$) menjadi prediktor dominan. Temuan ini sejalan dengan teori

Servqual yang dikemukakan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), di mana *reliability* dan *assurance* merupakan pilar utama dalam membentuk persepsi kualitas layanan. Jamaah menilai penting konsistensi layanan administrasi dan kepastian informasi terkait proses haji dan umroh, serta kredibilitas dan kompetensi petugas sebagai pemberi layanan.

Kedua, Posisi Penelitian dalam Konteks Layanan Publik. Jika dibandingkan dengan penelitian pada sektor publik lain, seperti layanan kesehatan, pendidikan, dan perizinan administrasi, pola temuan penelitian ini relatif konsisten. Misalnya, studi pada layanan kesehatan menunjukkan bahwa reliability dan assurance juga menjadi dimensi paling menentukan kepuasan pasien. Namun, penelitian ini memiliki kekhasan karena konteksnya adalah layanan keagamaan, yang melibatkan sensitivitas spiritual dan emosional jamaah. Dimensi empati dan bukti fisik (tangibles), meskipun berpengaruh, cenderung kurang optimal dibandingkan *reliability* dan *assurance*. Hal ini menunjukkan bahwa jamaah lebih mengutamakan kepastian informasi dan kredibilitas petugas daripada fasilitas fisik yang tersedia.

Dalam perspektif teori, temuan ini menguatkan proposisi Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) yang menyatakan bahwa *reliability* merupakan inti dari kualitas layanan karena berkaitan dengan kemampuan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan sesuai janji secara konsisten dan akurat. [17] Sementara itu, dimensi *assurance* yang mencakup kompetensi, kesopanan, serta kredibilitas petugas—berperan penting dalam membangun kepercayaan pelanggan terhadap institusi.[18] Dalam konteks layanan keagamaan, kedua dimensi ini menjadi semakin sentral karena menyangkut ibadah yang bernilai sakral, sehingga kesalahan informasi maupun ketidakpastian jadwal dapat menimbulkan keresahan psikologis jamaah.

Temuan ini juga dapat dikaitkan dengan teori *expectancy disconfirmation* (Oliver, 1980), yang menjelaskan bahwa kepuasan tercapai ketika pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan pelanggan.[19] Jamaah haji dan umrah pada dasarnya memiliki ekspektasi tinggi terhadap kepastian pelaksanaan ibadah sesuai syariat, sehingga dimensi *reliability* dan *assurance* lebih dominan dibanding dimensi lain. Di sisi lain, teori *public service motivation* (Perry & Wise, 1990) juga relevan, sebab kualitas layanan pada sektor publik, terutama

[17] A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, & Leonard L. Berry, *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, Journal of Retailing, Vol. 64, No. 1, 1988

[18] *Ibid*,

[19] Richard L. Oliver, *A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions*, Journal of Marketing Research, Vol. 17, No. 4, 1980, hlm. 460–469.

keagamaan, tidak hanya diukur dari aspek teknis, tetapi juga dari integritas moral dan orientasi pelayanan petugas.[20]

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa meskipun model Servqual memiliki lima dimensi utama, tingkat urgensi tiap dimensi dapat berbeda tergantung konteks. Pada sektor keagamaan, *reliability* dan *assurance* merupakan fondasi kepuasan jamaah, sementara *empathy* dan *tangibles* berfungsi sebagai faktor pendukung yang dapat meningkatkan kualitas pengalaman ibadah namun tidak menjadi faktor penentu utama.

Ketiga, Relevansi dengan Studi Layanan Keagamaan. Penelitian-penelitian sebelumnya mengenai layanan keagamaan menegaskan bahwa aspek spiritual dan nilai religius sering menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan umat. Dalam konteks penelitian ini, penguatan reliability dan assurance menunjukkan bahwa jamaah menempatkan kepercayaan tinggi pada pemerintah, khususnya Kementerian Agama, sebagai penyelenggara layanan ibadah haji dan umroh. Akan tetapi, dimensi empati dan tangibles yang belum optimal menegaskan perlunya pengembangan layanan berbasis pendekatan humanis, khususnya dalam interaksi langsung antara petugas dengan jamaah, serta penyediaan sarana pendukung yang lebih representatif.

Penelitian-penelitian sebelumnya juga menggarisbawahi bahwa elemen spiritual dan nilai religius memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan jamaah. Sebagai contoh, Azizah et al. menemukan bahwa kualitas layanan yang mencakup aspek religius, seperti penanggung jawab yang kompeten dan jaminan keamanan ibadah, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah di Banjarmasin.[21] Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian sekarang yang menunjukkan dominasi dimensi *reliability* dan *assurance*. Selain itu, Chulaifi & Setyowati menyoroti bahwa layanan keagamaan yang bernuansa religius tidak hanya membutuhkan ketepatan teknis tetapi juga keandalan penyelenggara dalam memfasilitasi ibadah yang tenang, hal yang secara langsung terkait dengan dimensi *assurance*.[22]

Sementara itu, penelitian Al-Hoqail et al. serta Darfoon memodifikasi model Servqual pada konteks Haji dengan memasukkan komponen seperti akomodasi, transportasi, hingga bimbingan religius. Hal ini menunjukkan bahwa untuk mencapai kepuasan jamaah, aspek

---

[20] James L. Perry & Lois Recascino Wise, *The Motivational Bases of Public Service*, Public Administration Review, Vol. 50, No. 3, 1990, hlm. 367–373.

[21] Azizah, Nurul., dkk. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Jamaah Umrah di Banjarmasin." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 5, No. 2, 2020

[22] Chulaifi, Ahmad & Setyowati, Dwi. "Analisis Kualitas Layanan Ibadah Haji di Indonesia: Perspektif Servqual." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 12, No. 1, 2018.

tangibles dan fasilitas fisik tetap diperlukan.[23] Dengan demikian, temuan penelitian ini selaras dengan literatur keberlangsungan kualitas layanan keagamaan, sekaligus memberikan kontribusi baru. Sementara *reliability* dan *assurance* memang menjadi faktor penentu utama, masih terdapat kebutuhan kuat untuk pengembangan dimensi *empathy* dan *tangibles* yang lebih humanis sebagai upaya memperkaya pengalaman spiritual jamaah.

Keempat, Kontribusi Akademik Penelitian. Penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan teori Servqual, khususnya dalam ranah layanan publik berbasis religius. Temuan bahwa reliability dan assurance menjadi faktor dominan memperkuat proposisi teoritis Parasuraman dkk., sekaligus memperluas cakupan penerapannya pada layanan keagamaan. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya literatur Servqual dan menegaskan bahwa model tersebut tidak hanya relevan pada sektor komersial atau kesehatan, tetapi juga pada layanan keagamaan yang memiliki dimensi spiritual dan moral yang kuat.

Implikasi Penelitian

Pertama, Bagi Penyelenggara Haji (Kementerian Agama Kabupaten Ogan Komering Ulu). Penelitian ini menunjukkan bahwa keandalan (*reliability*) menjadi dimensi paling dominan dalam memengaruhi kepuasan jamaah. Oleh karena itu, penyelenggara haji di tingkat daerah perlu menitikberatkan pada:

a. Ketepatan Jadwal: Seluruh rangkaian pelayanan, mulai dari bimbingan manasik, pembagian dokumen, hingga keberangkatan harus tepat waktu. Ketidaktepatan jadwal berpotensi menurunkan kepercayaan jamaah terhadap profesionalitas penyelenggara.
b. Konsistensi Pelaksanaan Manasik**:** Kegiatan manasik haji harus disusun secara sistematis, berulang, dan konsisten agar jamaah, khususnya yang berusia lanjut, dapat memahami tata cara ibadah dengan baik. Konsistensi ini juga penting untuk mengurangi kecemasan jamaah saat berada di tanah suci.
c. Kesiapan Pembimbing Ibadah: Petugas pembimbing tidak hanya dituntut kompeten secara fiqh haji, tetapi juga memiliki keterampilan komunikasi, empati, serta kemampuan manajerial untuk menghadapi dinamika jamaah yang heterogen. Dengan demikian, peningkatan kualitas pembimbing melalui pelatihan berkesinambungan sangat diperlukan.

[23] Al-Hoqail, A., et al. “Service Quality in Hajj Services: A SERVQUAL Approach.” *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 2010; Darfoon, M. “Measuring Pilgrims’ Satisfaction in Hajj Services.” *Middle East Journal of Business*, 2013.

d. Optimalisasi Fasilitas Pendukung: Meskipun dimensi bukti fisik tidak dominan, perbaikan sarana transportasi, akomodasi, dan konsumsi tetap penting untuk mendukung kelancaran ibadah.

Dengan perbaikan di atas, Kemenag OKU dapat meningkatkan citra positif lembaga sekaligus memberikan pelayanan yang lebih berorientasi pada jamaah.

Kedua. Bagi Penelitian Akademik. Secara akademik, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan model Servqual pada layanan publik berbasis keagamaan. Temuan bahwa hanya dimensi keandalan yang signifikan membuka ruang diskusi baru bahwa:

a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah tidak sepenuhnya teknis, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti kondisi kesehatan jamaah, kesiapan mental-spiritual, dan kualitas lingkungan ibadah di tanah suci.
b. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan multidisipliner dalam penelitian pelayanan haji, tidak hanya dari perspektif manajemen publik, tetapi juga psikologi, sosiologi agama, hingga kesehatan masyarakat.
c. Penelitian ke depan dapat memperluas variabel yang diteliti, misalnya mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan, motivasi religius, dan kepuasan spiritual jamaah. Dengan demikian, pengembangan model Servqual dalam konteks keagamaan akan lebih komprehensif.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran sentral dalam penyelenggaraan ibadah haji dan umrah, khususnya pada konteks layanan publik berbasis keagamaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari lima dimensi Servqual, *reliability* (keandalan) dan *assurance* (jaminan) merupakan faktor dominan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan jamaah. Temuan ini memperkuat proposisi teoritis Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) bahwa konsistensi pelayanan dan kredibilitas petugas menjadi fondasi utama kualitas layanan. Dalam konteks ibadah haji, kedua dimensi tersebut memiliki urgensi lebih tinggi karena berkaitan langsung dengan kepastian informasi, kelancaran ibadah, dan rasa aman jamaah.

Sementara itu, dimensi *empathy* (empati), *responsiveness* (daya tanggap), dan *tangibles* (bukti fisik) meskipun berpengaruh, masih relatif kurang optimal. Fakta ini menunjukkan bahwa jamaah lebih menekankan kepastian layanan dan profesionalitas petugas dibandingkan fasilitas fisik yang tersedia. Akan tetapi, dimensi tersebut tetap penting sebagai faktor pendukung yang

dapat memperkaya pengalaman spiritual dan kenyamanan jamaah apabila dikembangkan lebih lanjut.

Penelitian ini juga memberikan kontribusi akademik dengan memperluas cakupan penerapan model Servqual ke ranah layanan keagamaan, sekaligus menunjukkan bahwa sensitivitas spiritual dan moralitas penyelenggara menjadi faktor pembeda dibanding sektor publik lainnya. Dengan demikian, pengembangan teori kualitas layanan perlu mempertimbangkan konteks religius dan nilai-nilai keagamaan yang melekat dalam pelayanan ibadah haji dan umrah. Secara praktis, temuan ini menuntut penyelenggara haji, khususnya Kementerian Agama Kabupaten Ogan Komering Ulu, untuk meningkatkan ketepatan jadwal, konsistensi bimbingan manasik, kompetensi pembimbing ibadah, serta optimalisasi sarana pendukung. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat lebih berorientasi pada jamaah sekaligus memperkuat kepercayaan publik terhadap pemerintah.

Akhirnya, penelitian ini membuka ruang bagi kajian multidisipliner di masa mendatang dengan mengintegrasikan perspektif manajemen publik, psikologi, sosiologi agama, hingga kesehatan masyarakat untuk menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kualitas layanan haji.

REFERENSI

Abdurachman, R. (2008). *Segala hal tentang haji dan umroh*. Jakarta: Sejahtera.

Al-Hoqail, A., et al. (2010). Service quality in Hajj services: A SERVQUAL approach. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*.

Azizah, N., dkk. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umrah di Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 5*(2).

Chulaifi, A., & Setyowati, D. (2018). Analisis kualitas layanan ibadah haji di Indonesia: Perspektif Servqual. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 12*(1).

Darfoon, M. (2013). Measuring pilgrims' satisfaction in Hajj services. *Middle East Journal of Business*.

Fatah, A. (2019). *Efektivitas program pelayanan haji satu atap pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Karawang*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Firdaus, F., dkk. (2012). Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan jamaah umroh. *Jurnal Aplikasi Manajemen, 10*(4), 753–760.

Kantor Kementerian Agama Kabupaten Ogan Komering Ulu. (2021). *Laporan tahunan penyelenggaraan haji*. Dokumen internal.

Nahrawi, N. (2009). *Manajemen pelayanan haji di Indonesia*. Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan.

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research, 17*(4), 460–469.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing, 64*(1), 12–40.

Perry, J. L., & Wise, L. R. (1990). The motivational bases of public service. *Public Administration Review, 50*(3), 367–373.

Rangkuti, F. (2003). *Measuring satisfaction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Raya, A. T., & Musdah, S. (2003). *Menyelami seluk-beluk ibadah dalam Islam*. Jakarta: Prenada Media.

Shariati, A. (1978). *Haji*. Bandung: Pustaka.

Slovin, R. (1960). *Sampling techniques*. New York: Wiley.

Supranto, J. (2011). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

Tjiptono, F., & Candra, G. (2005). *Service, quality and satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji. (2008). Jakarta: Biro Hukum dan Kerjasama Luar Negeri Sekretariat Jenderal Departemen Agama RI.