



Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas (SISKOHAT) dalam Tingkat Kepuasan Jemaah

Rifal Hilal AINU Syamsi¹, Yuyun Yuningsih¹, Shilah Suci Anugerah¹

¹Program Studi Manajemen Haji dan Umrah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung
**rifalbilal666@gmail.com*

ABSTRAK

Pelayanan petugas SISKOHAT sangat berperan dalam pengelolaan data dan administrasi jemaah, sehingga kualitas pelayanan berpengaruh langsung pada kepuasan jemaah. Penelitian dengan metode kuantitatif dan 85 responden ini menunjukkan korelasi kuat ($R = 0,785$) serta pengaruh signifikan dengan R Square 61,6%. Uji t menghasilkan nilai signifikan 0,001, sehingga kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Jemaah. Temuan ini menegaskan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan petugas SISKOHAT, maka semakin tinggi tingkat kepuasan jemaah. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan perlu menjadi perhatian utama dalam upaya meningkatkan mutu pelayanan haji.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Petugas SISKOHAT, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

A SISKOHAT officers' services play a crucial role in managing hajj data and administration, making service quality directly influential on jemaah satisfaction. Using a quantitative method with 85 respondents, the study found a strong correlation ($R = 0.785$) and a significant effect, with an R Square of 61.6%. The t-test showed a significant value of 0.001, confirming that service quality has a positive and significant impact on jemaah satisfaction. These findings confirm that the better the quality of service provided by SISKOHAT officers, the higher the level of pilgrims' satisfaction.

Keywords : Service Quality, SISKOHAT Officers, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Ibadah Haji merupakan rukun Islam kelima yang wajib dilaksanakan bagi umat Muslim yang mampu, baik secara finansial maupun fisik. Karena ibadah ini memerlukan kesiapan yang besar, setiap calon jemaah perlu melakukan persiapan yang matang, sebagaimana tercantum dalam QS. Ali Imran ayat 97 mengenai kewajiban haji bagi yang mampu. Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia selalu menerima kuota haji paling banyak, sehingga penyelenggaraan hajinya sangat kompleks dan melibatkan berbagai pihak pemerintah. Untuk mempermudah proses pelayanan, pemerintah menggunakan Sistem Informasi Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) yang berfungsi mempercepat pelayanan, pendaftaran, serta pengendalian data jemaah.

Meskipun sistem SISKOHAT terus mengalami pengembangan teknologi, kualitas pelayanan tetap sangat dipengaruhi oleh petugas yang menjalankannya. Petugas SISKOHAT di tingkat Kemenag Kabupaten/Kota menjadi garda terdepan dalam penyampaian informasi, bantuan, serta pengelolaan data jemaah. Observasi peneliti di Kemenag Kota Cimahi menunjukkan adanya beberapa masalah, seperti fasilitas ruangan yang kurang nyaman, petugas yang kurang responsif, jemaah yang kebingungan dalam alur pelayanan, serta proses sistem yang belum optimal karena integrasi data yang belum sempurna. Kondisi tersebut menimbulkan ketidakpuasan jemaah, padahal secara teori pelayanan berbasis digital seharusnya memberikan kecepatan dan ketepatan.

Menurut Kotler dan Keller (2009), kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi terhadap kesenjangan antara harapan dan persepsi atas kinerja layanan. Bila pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka akan timbul ketidakpuasan. Hal ini menggambarkan bahwa meskipun SISKOHAT secara teknis telah mengalami perkembangan, pelayanan manusianya belum tentu secara otomatis memberikan pengalaman positif kepada masyarakat. Kota Cimahi yang memiliki penduduk Muslim cukup besar dan minat haji yang tinggi memerlukan evaluasi mengenai sejauh mana pelayanan petugas SISKOHAT berpengaruh pada kepuasan jemaah. Karena itu, penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas pelayanan SISKOHAT terhadap kepuasan jemaah di Kemenag Kota Cimahi.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas topik serupa dan menjadi

dasar acuan bagi penelitian ini. Aufa Nur Fajriyyah (2015) (2023) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Karyawan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) Terhadap Tingkat Kepuasan Jemaah Pada Kantor Wilayah (KANWIL) Kementerian Agama (KEMENAG) Provinsi DKI Jakarta”. Persamaannya yaitu meneliti pelayanan petugas SISKOHAT dengan menggunakan metode Kuantitatif namun konteksnya berada di tingkat Provinsi bukan Kota. Fitria Dewi (2023) dalam penelitiannya “Pengaruh Kualitas Pelayanan Perjalanan Ibadah Umrah Terhadap Tingkat Kepuasan Jemaah Travel Umrah PT Sarana Sadayaa” persamaannya yaitu meneliti tentang kualitas pelayanan dengan metode kuantitatif tapi perbedaannya yaitu pada objek yang diteliti.

Penelitian ini berfokus pada pertanyaan mengenai bagaimana pengaruh kualitas pelayanan petugas SISKOHAT terhadap tingkat kepuasan jemaah, dengan tujuan mengetahui sejauh mana pelayanan tersebut memberikan dampak positif. Secara akademis, penelitian ini bermanfaat sebagai referensi dalam kajian manajemen pelayanan, khususnya pelayanan berbasis sistem haji. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi penyelenggara haji untuk meningkatkan mutu pelayanan, dan bagi masyarakat untuk mengetahui kualitas pelayanan SISKOHAT di Kemenag Cimahi.

Variabel pelayanan petugas SISKOHAT diukur menggunakan indikator SERVQUAL dari Parasuraman, yang mencakup bukti fisik, keandalan, empati, ketanggapan, dan jaminan. Adapun variabel kepuasan jemaah diukur berdasarkan indikator dari Kotler & Keller, yaitu kecenderungan menggunakan layanan kembali, pujian, loyalitas, serta minimnya keluhan. Kerangka pemikiran penelitian menggambarkan bagaimana kualitas pelayanan petugas dapat memengaruhi kepuasan jemaah melalui perbandingan antara harapan dan pengalaman pelayanan yang diterima. Menurut Sugiyono (2015), metode penelitian kuantitatif berpijak pada filsafat positivisme dan digunakan untuk menelaah suatu populasi maupun sampel tertentu. Pemilihan sampel biasanya dilakukan secara acak, pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian, kemudian dianalisis secara numerik atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelum-zsrarnya.

Berdasarkan teori dan masalah lapangan, hipotesis disusun bahwa terdapat pengaruh pelayanan petugas SISKOHAT terhadap kepuasan jemaah. Penelitian dilakukan di Kemenag Kota Cimahi dengan paradigma positivistik dan pendekatan kuantitatif menggunakan kerangka deduktif. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbentuk angket tertutup dengan skala Likert. Muslich Anshori, (2009) jika tanggapan responden terhadap pertanyaan tersebut sama atau konsisten sepanjang waktu, kuesioner dikatakan *reliable* (dapat diandalkan). Oleh karena itu, pengujian realibilitas dilakukan untuk mengetahui apakah hasil pengukuran konsisten. Menurut Priyanto, instrument dapat dikatakan *reliable* jika nilai alpha lebih besar dari nilai r kritis *product moment*. Namun, hal tersebut dapat menggunakan Batasan tertentu seperti 0,6 Priyanto (2008). Data primer diperoleh dari jemaah haji asal Cimahi yang telah kembali dari Arab Saudi. Populasi berjumlah 556 jemaah, dan menggunakan rumus Slovin dengan batas kesalahan 5%, diperoleh sampel sebanyak 85 responden.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang menilai persepsi jemaah terhadap pelayanan petugas. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dan r tabel, sedangkan reliabilitas diuji menggunakan Cronbach Alpha dengan batas 0,6. Analisis data menggunakan statistik inferensial melalui beberapa uji, yaitu normalitas untuk memastikan data berdistribusi normal, multikolinearitas untuk memastikan tidak adanya korelasi antar variabel bebas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan varians residual konstan. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk melihat arah dan besar pengaruh variabel X terhadap Y, dilengkapi dengan perhitungan koefisien determinasi (R^2) serta uji t untuk melihat pengaruh secara parsial.

LANDASAN TEORITIS

Menurut Tjiptono (2012) mendefinisikan kualitas sebagai totalitas sifat atau karakteristik suatu produk maupun jasa yang berkaitan dengan kemampuannya memenuhi kebutuhan konsumen, baik yang diungkapkan secara jelas maupun yang tersirat. Suatu produk dianggap berkualitas tinggi jika mampu memuaskan harapan pelanggan. Sedangkan Menurut Sutrisno (2001) menjelaskan bahwa kualitas berhubungan erat dengan pencapaian keunggulan suatu produk atau layanan, yang tercermin dari tingkat kepuasan pelanggan terhadap apa yang

mereka terima. Kualitas tidak hanya diukur dari spesifikasi teknis, tetapi juga dari persepsi konsumen terhadap mutu secara keseluruhan.

Goetsch dan Davis (2014) memandang kualitas sebagai suatu kondisi dinamis yang selalu berubah seiring perbaikan proses, produk, jasa, dan lingkungan. Artinya, kualitas bukan sekadar kesesuaian dengan spesifikasi, tetapi juga kemampuan beradaptasi terhadap kebutuhan pelanggan yang terus berkembang. Maka dapat disimpulkan Kualitas merupakan keseluruhan karakteristik suatu produk atau layanan yang menunjukkan kemampuannya memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, baik secara eksplisit maupun implisit. Kualitas tidak hanya mengacu pada spesifikasi teknis, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi, pengalaman, dan kepuasan pelanggan. Tjiptono (Jamilatunniswa et al.,2024:61) menyatakan kualitas layanan sebuah usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, disampaikan melalui cara yang tepat agar sesuai harapan dan mampu memberikan kepuasan.

Nasution (2004) Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan, disertai dengan upaya untuk mengendalikan dan mempertahankan tingkat keunggulan tersebut guna memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Sedangkan menurut Zeithaml et al. (dalam Laksana, 2008) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tercermin dari selisih antara harapan konsumen dan persepsi mereka terhadap kinerja pelayanan yang diterima. Tjiptono dan Sunyoto (2012) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan.

Lupiyoadi (2014) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan mencakup seluruh aktivitas mulai dari pemesanan hingga penyampaian jasa, yang dirancang untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan melalui komunikasi dan kerja sama yang efektif. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama (SERVQUAL): bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Dengan demikian Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berupa produk konsumsi, dilakukan bersamaan dengan proses produksinya, serta memberikan

nilai tambah. (seperti kenikmatan, hiburan, dan ketenangan) Apabila pelayanan diterima pelanggan sesuai dengan harapannya, maka kualitas pelayanan dianggap baik atau ideal. Namun, apabila pelayanan yang diberikan lebih rendah dari yang diharapkan, kualitas pelayanan dinilai buruk atau kurang ideal, sehingga kebutuhan pelanggan terasa belum terpenuhi. Dengan demikian, kualitas pelayanan sangat bergantung pada kemampuan penyedia jasa untuk secara konsisten memenuhi kepuasan pelanggannya.

Menurut Zeithaml (dalam Hadiansyah 2011), ada lima indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan publik, dan modelnya disebut SERVQUAL. Pertama, *Tangibles* (Bukti Fisik) Indikator ini mencakup semua hal yang bisa dilihat atau dirasakan oleh orang yang menggunakan layanan. Kedua, *Reability* (Keandalan) adalah indikator yang berarti kemampuan penyedia layanan untuk memberikan pelayanan secara konsisten dan sesuai dengan yang telah dijanjika. Ketiga, *Responsiveness* (Daya Tanggap) responsif mencerminkan seberapa siap dan cepat petugas pemberi layanan dalam membantu pengguna layanan. Keempat, *Assurance* (Jaminan) indikator ini berkaitan dengan kemampuan, kompetensi, serta sikap petugas yang mampu membangun rasa percaya dan rasa aman dalam hati pengguna layanan. Kelima, *Empathy* (Empati) Empati adalah perhatian yang diberikan oleh petugas kepada masyarakat yang menggunakan layanan. Ini menunjukkan sikap yang peduli, menghargai perbedaan, dan memahami kebutuhan setiap orang secara individu. Dalam pelayanan publik, empati terlihat dari upaya membuat layanan lebih mudah diakses oleh orang dengan keperluan khusus seperti disabilitas, memberikan layanan khusus untuk lansia, serta sikap yang ramah saat berkomunikasi. Pengguna layanan akan merasa dihargai Ketika petugas memahami kondisi dan kebutuhan mereka secara pribadi.

Istilah kepuasan berasal dari bahasa Latin, yakni *satis* yang berarti “cukup” dan *facio* yang berarti “melakukan” atau “mengerjakan.” Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai keadaan emosional yang muncul setelah seseorang membandingkan antara harapan yang dimiliki dengan kinerja atau hasil yang diterima. Kotler dan Keller (2009) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan sebelum memperoleh layanan dengan kenyataan hasil layanan yang

diterima. Apabila kinerja melebihi harapan, maka timbul rasa puas; sebaliknya, jika kinerja lebih rendah dari harapan, maka akan muncul ketidakpuasan.

Menambah pandangan tersebut, Oliver (2010) menyatakan bahwa kepuasan adalah penilaian subjektif konsumen terhadap pengalaman konsumsi, yang terbentuk dari perbandingan antara persepsi kinerja dan standar atau harapan yang dimilikinya. Pandangan ini menegaskan bahwa kepuasan bersifat relatif dan dipengaruhi oleh persepsi individu. Dalam konteks pelayanan publik, kepuasan masyarakat menjadi indikator penting keberhasilan suatu instansi pemerintah. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh langsung pada tingkat kepuasan masyarakat, yang pada gilirannya membentuk kepercayaan publik terhadap lembaga tersebut. Hal ini relevan bagi Kementerian Agama, di mana kepuasan masyarakat tidak hanya bergantung pada pemenuhan layanan administratif, tetapi juga pada kemudahan prosedur, kenyamanan fasilitas, dan profesionalisme petugas pelayanan.

Menurut Kotler dan Keller (2012) terdapat lima faktor utama yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pertama, Kualitas produk dan jasa (*Product And Service Quality*) tingkat kepuasan pelanggan sangat bergantung pada sejauh mana produk atau layanan mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan. Apabila kinerja produk sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa puas atau bahkan sangat puas. Kedua, Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sangat memengaruhi kepuasan pelanggan. Ketiga, Emosional (*Emotions*) Kepuasan juga dipengaruhi oleh kondisi emosional pelanggan selama dan setelah proses konsumsi. Apabila interaksi dengan perusahaan membuat pelanggan merasa dihargai, nyaman, dan senang, maka pengalaman positif ini akan memperkuat kepuasan. Keempat, Harga (*Price*) Persepsi pelanggan terhadap kesesuaian antara harga yang dibayar dengan manfaat yang diterima juga menentukan tingkat kepuasan. Jika pelanggan merasa harga tersebut sebanding atau lebih kecil dari manfaat yang diperoleh, maka mereka cenderung puas. Kelima, Faktor Ekuitas (*Equity/Justice/Fairness*) Faktor ini berkaitan dengan keadilan dan perlakuan yang diterima oleh pelanggan dibandingkan dengan pelanggan lain. Apabila pelanggan merasa diperlakukan

Rifa H. A, Yuyun Y., Shilah S,A.

secara adil, tidak dibeda-bedakan, dan mendapat haknya sebagai konsumen, maka mereka akan merasa puas.

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan mengamati tingkat kepuasan pelanggan. Menurut pendapat Tjiptono dan Chandra (2016) dalam upaya memahami dan menilai sejauh mana konsumen merasa puas terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan, terdapat empat pendekatan utama yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu : Pertama, Sistem Keluhan Dan Saran (*Compliment And Suggestion System*) metode ini memungkinkan konsumen untuk menyampaikan pendapat, keluhan, maupun saran terhadap layanan yang mereka terima; Kedua, Survei Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Survey*) Survei adalah metode yang paling umum digunakan karena bersifat proaktif; Ketiga, Belanja Misterius (*Ghost Shipping*) Dalam metode ini, Penyedia Layanan menugaskan seseorang yang berpura-pura menjadi pelanggan biasa untuk menggunakan layanan perusahaan secara langsung. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi kualitas layanan dari perspektif konsumen, tanpa diketahui oleh karyawan; Keempat, Analisis Pelanggan yang Hilang (*Lost Customer Analysis*) Metode ini digunakan untuk mempelajari alasan mengapa konsumen berhenti menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan. Dengan menerapkan keempat metode tersebut secara bersamaan atau saling terintegrasi. Penyedia layanan akan mendapatkan gambaran yang lengkap mengenai apa yang dipikirkan dan seberapa puas konsumennya.

Menurut Kotler dan Keller (2012) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk atau jasa dengan harapannya. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan sangat puas atau bahkan senang. Jika kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan puas. Namun jika kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Berikut adalah indikator-indikator kepuasan menurut Kotler dan Keller : Pertama, Pengulangan Pembelian (*Repeat Purchase*) pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang atas produk atau jasa yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan percaya terhadap nilai dan kualitas layanan atau produk yang diterimanya. Dalam konteks pelayanan publik, seperti pelayanan di Kementerian Agama, kepuasan Jemaah dapat terlihat dari ketersediaan mereka untuk

menggunakan layanan Kembali dan memberikan kepercayaan penuh kepada intansi tersebut. Kedua Pujian Terhadap Produk atau Jasa (*Positive Word of Mouth*) pelanggan yang merasa puas akan menceritakan pengalamannya kepada orang lain. Ini dikenal dengan istilah dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Pujian ini menjadi indikator bahwa layanan telah memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, dan biasanya menjadi sumber promosi yang efektif. Ketiga, Kesetiaan Pelanggan (*Customer Loyalty*) kesetiaan pelanggan berarti mereka tetap memilih layanan atau produk tersebut meskipun ada banyak alternatif lain. Loyalitas muncul karena pelanggan memiliki pengalaman positif yang berkelanjutan. Keempat Tidak Adanya Keluhan yang Signifikan (*Low Complaints*) Tingkat keluhan yang rendah juga menjadi salah satu indikator kepuasan. Ketika pelanggan tidak banyak mengajukan keluhan atau proses terhadap pelayanan yang diterima, itu menunjukkan bahwa layanan tersebut telah memenuhi ekspektasi mereka.

Berdasarkan uraian teori di atas maka dapat disimpulkan, kepuasan pelanggan atau pengguna layanan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan awal dengan pengalaman nyata yang dirasakan. Apabila layanan yang diberikan sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka akan muncul kepuasan yang ditandai dengan beberapa indikator utama, yaitu keinginan untuk melakukan pengulangan pembelian atau penggunaan layanan, adanya pujian terhadap produk atau jasa yang diterima, munculnya kesetiaan atau loyalitas dari pengguna, serta rendahnya tingkat keluhan yang disampaikan. Dengan demikian, kepuasan bukan hanya bersifat emosional, tetapi juga tercerminkan melalui perilaku nyata dari pelanggan atau masyarakat yang menerima layanan. Dalam konteks pelayanan publik, seperti pelayanan Haji di Kementerian Agama, indikator-indikator ini dapat digunakan untuk mengukur seberapa berhasil suatu instansi dalam memenuhi harapan dan kebutuhan Jemaah secara menyeluruh.

SISKOHAT merupakan singkatan dari Sistem Informasi dan Komputerisasi Haji Terpadu, yaitu suatu media berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang berfungsi mendukung penyelenggaraan ibadah haji. SISKOHAT tidak berperan sebagai satuan kerja tersendiri. melainkan lebih tepat disebut sebagai pendukung operasional dalam pelaksanaan tugas-tugas pelayanan dan penyelenggaraan haji. Menurut Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia

Nomor 14 Tahun 2012, Sistem Informasi dan Komputerisasi Haji Terpadu atau yang dikenal dengan SISKOHAT merupakan suatu system informasi yang dikembangkan untuk mendukung pengelolaan data serta penyediaan informasi yang berkaitan dengan proses penyelenggaraan ibadah haji secara menyeluruh. System ini dirancang untuk mendigitalisasi peoses administrasi haji dimulai dari tahap pendaftaran Jemaah, pengumpulan dan pengolahan data, hingga penetapan nomor porsi berdasarkan asas siapa cepat dia dapat (*first come first served*). Salah satu keunggulan dari SISKOHAT adalah kemampuannya dalam memantau serta melakukan verifikasi data jemaah secara real-time, sehingga memperkecil potensi kesalahan dan mempercepat proses pelayanan.

Seiring dengan meningkatnya jumlah pendaftar haji dan kebutuhan akan pelayanan yang lebih modern, Kemenag RI melakukan pembaruan system pada tahun 2014. Pembaruan ini menghasilkan SISKOHAT Generasi 2 yang menghadirkan fitur-fitur lebih canggih, efisien dan terintegrasi, serta diimplementasikan secara menyeluruh di seluruh provinsi Indonesia. Transformasi ini menjadi Langkah penting dalam meningkatkan transparansi, akurasi data, serta efektivitas, pelayanan kepada calon Jemaah Haji. Ardiana dan Fatimah (2021). Kini, sistem ini tidak hanya mendukung proses administrasi. Tetapi juga berfungsi sebagai alat verifikasi silang (*cross check*) terhadap data keuangan yang tercatat di Bank Penerima Setoran (BPS) serta memastikan akurasi jumlah calon Jemaah yang akan diberangkatkan ke Tanah Suci. Kementerian Agama RI (2012).

Sistem Informasi dan Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) memiliki sejumlah fungsi penting dalam mendukung penyelenggaraan haji secara efektif dan efisien. Sistem ini terbagi dalam beberapa proses berdasarkan fungsi dan aplikasi yang dijalankan, yaitu : Pertama, Jenis proses Pendaftaran Haji. Fungsinya yaitu, Mengelola pendaftaran Jemaah Haji, Mengendalikan kuota Jemaah Haji dan Memantau daftar tunggu (*waiting list*). Aplikasi yang digunakan yaitu ;Rekam Biometrik calon Jemaah Haji, Pendaftaran Haji regular dan Haji khusus secara terpisah, Pembatalan setoran awal Biaya penyelenggara Ibadah Haji (BPIH). Kedua, Jenis Proses Dokumen Haji Fungsinya yaitu, otomatisasi penyelesaian dokumen perjalanan haji termasuk validasi dan penyesuaian data. Aplikasi yang digunakan ; Pembaruan data paspor, Input data DAPIH (Data Awal Pendaftaran

Haji), Pembuatan SPMA (Surat Pemanggilan Masuk Asrama), Input data nominative, Scanning foto dan lembar merah setoran awal, Pengajuan visa ke Kedutaan Besar Arab Saudi (KBSA). Ketiga, Jenis Proses Keuangan Fungsinya yaitu untuk monitoring dan pelaporan keuangan penyelenggaraan haji. Aplikasi yang digunakan; *witching* setoran awal dan pelunasan BPIH (haji reguler), Switching pembatalan BPIH. Keempat, Jenis Proses Operasional Haji. Fungsinya yaitu untuk persiapan dan pemantauan pelaksanaan operasional penyelenggaraan haji. Aplikasi yang digunakan ; Validasi data jemaah dengan stakeholder terkait, Penyusunan manifest kloter, Penjadwalan penerbangan, Input data keberangkatan (*take off*) dan kepulangan (*landing*); Kelima, Pelacakan posisi jemaah di Arab Saudi (*tracking system*). Kelima, Jenis Proses Informasi. Fungsinya yaitu untuk menyampaikan informasi penyelenggaraan haji kepada publik. Aplikasi yang digunakan ; Situs web resmi yaitu haji.kemenag.id, Aplikasi “Haji Pintar”, SISKOPATUH (Sistem Komputerisasi Pengelolaan Terpadu Haji Khusus)

Menurut peraturan Departemen Agama Nomor 5 Tahun 2005 dijelaskan bahwa pengembangan system ini bertujuan untuk mewujudkan penyelenggara haji yang lebih tertib, efisiensi dan transparan, sekaligus memberikan kemudahan akses informasi bagi masyarakat dan calon Jemaah Haji. Berikut terdapat delapan tujuan utama SSKOHAT, Yaitu : Pertama, Meningkatkan Pemahaman Masyarakat dan Calon Jemaah terhadap Kebijakan Haji. SSKOHAT berfungsi sebagai media informasi yang menjelaskan berbagai kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan pembinaan dan pelaksanaan ibadah haji, baik di dalam negeri maupun di Arab Saudi; Kedua, Menyediakan Layanan Informasi Publik Terkait Haji. Melalui SSKOHAT, masyarakat luas dapat memperoleh informasi penting tentang pelaksanaan haji secara cepat dan tepat; Ketiga, Memberikan Informasi yang Profesional, Tepat, Cepat, dan Akurat. Salah satu keunggulan utama dari SSKOHAT adalah kemampuannya dalam menyajikan informasi secara real-time dengan sistem digital yang profesional; Ketiga, Meningkatkan Wawasan dan Kemandirian Calon Jemaah. Tujuan lain dari SSKOHAT adalah mendorong terciptanya jemaah haji yang memiliki pemahaman menyeluruh mengenai tata cara, aturan, dan nilai-nilai pelaksanaan ibadah haji; Keempat, Memudahkan Akses terhadap Data dan Informasi Haji. SSKOHAT memberikan kemudahan bagi masyarakat dan calon jemaah untuk mengakses data mereka sendiri secara

Rifa H. A, Yuyun Y., Shilah S,A.

langsung maupun tidak langsung; Kelima, Memberikan Informasi Mengenai Program dan Kegiatan Haji. Sistem ini juga menyediakan informasi mengenai program dan kegiatan yang telah atau akan dilaksanakan, baik oleh pemerintah pusat maupun pemerintah Arab Saudi; Keenam, Mendukung Informasi Antar Wilayah. SISKOHAT berfungsi sebagai platform penghubung informasi antara pusat, provinsi, dan kabupaten/kota. Dengan jaringan ini, data jemaah dan kebijakan teknis dapat disebarluaskan secara seragam dan serentak ke seluruh Indonesia; Ketujuh, Menjadi Basis Pengambilan Kebijakan bagi Pemerintah. Data dan informasi yang dikumpulkan melalui SISKOHAT dapat digunakan oleh para pengambil kebijakan dalam merancang program-program perbaikan pelayanan haji di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Cimahi resmi menjadi kota administratif yang mandiri pada tanggal 21 Juni 2001 pengesahan operasionalnya dilakukan oleh Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia pada tanggal 18 Oktober 2001. Setelah Cimahi resmi menjadi Kota Otonom, struktur pemerintahan di berbagai sektor keagamaan. Maka, untuk mendukung kebutuhan masyarakat dalam urusan keagamaan, Departemen Agama Kota Cimahi (sekarang disebut Kementerian Agama Kota Cimahi) pun didirikan. Pembentukan ini dilakukan dalam rangka menyesuaikan struktur kelembagaan pemerintah pusat di daerah sesuai kebutuhan wilayah administrative baru. Seiring dengan perubahan nomenklatur dari “Departemen” menjadi “Kementerian” di era reformasi birokrasi pasca-2009 (sebagaimana ditetapkan dalam peraturan Presiden Republik Indonesia), Departemen Agama Kota Cimahi berganti nama menjadi Kementerian Agama Kota Cimahi.

Penyebaran kuesioner diberikan pada Jemaah haji di Kementerian Agama Kota Cimahi yang melaksanakan ibadah haji pada tahun 2025 melalui angket, pengisian kuesioner ini dimulai pada tanggal 20 Juli 2025 - 10 Agustus 2025 sebanyak 85 jemaah. didapatkan beberapa hal penting yang perlu dicatat terkait profil responden penelitian ini. Pertama, Responden Berdasarkan Usia, Secara umum, dapat disimpulkan bahwa mayoritas jemaah berada pada kategori usia lanjut (di atas 50 tahun), dengan konsentrasi tertinggi pada kelompok umur 61 - 70 tahun, yang menunjukkan bahwa sebagian besar jemaah berada pada rentang usia yang relatif tu; Kedua, responden berdasarkan kelamin, Hasil dari penyebaran

kuesioner kepada 85 calon jemaah yaitu : jumlah laki-laki 40% atau sebanyak 34 jemaah, sedangkan jumlah jemaah perempuan 60% atau sebanyak 51 Jemaah. Perempuan merupakan mayoritas dari tanggapan responden penelitian ini. Ketiga, responden berdasarkan domisili, dari ketiga kecamatan yaitu Cimahi Utara, Cimahi Selatan dan Cimahi Tengah bahwasanya Cimahi Selatan mendominasi Sebagian besar responden penelitian ini.

Setelah data terkumpul semua dilakukan Uji Validitas yang bertujuan untuk mengevaluasi keakuratan dan konsistensi data yang dikumpulkan dari instrumen. Rumus statistik korelasi *Product Moment Pearson* digunakan untuk menilai validitas. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, dimana df (*degree of freedom*) = n (jumlah sampel uji validitas) – 2. Pada pengukuran penelitian kepuasan jemaah haji jumlah sampel (n) = 30, maka besarnya $df = 30 - 2 = 28$. Dengan $\alpha = 0.05$, maka r tabel adalah 0.361. Tujuan uji validitas adalah untuk memastikan keabsahan butir-butir kuesioner. Apabila nilai r yang maka butir pertanyaan dianggap sah. Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r hitung $>$ r tabel. Analisis *output* dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	P(Sig)	Keterangan
P1	.490	0,213	<,001	VALID
P2	.476	0,213	<,001	VALID
P3	.369	0,213	<,001	VALID
P4	.603	0,213	<,001	VALID
P5	.593	0,213	<,001	VALID
P6	.567	0,213	<,001	VALID
P7	.613	0,213	<,001	VALID
P8	.598	0,213	<,001	VALID
P9	.472	0,213	<,001	VALID
P10	.514	0,213	<,001	VALID
P11	.522	0,213	<,001	VALID
P12	.499	0,213	<,001	VALID
P13	.536	0,213	<,001	VALID
P14	.618	0,213	<,001	VALID
P15	.625	0,213	<,001	VALID

P16	.555	0,213	<,001	VALID
P17	.479	0,213	<,001	VALID
P18	.405	0,213	<,001	VALID
P19	.534	0,213	<,001	VALID
P20	.371	0,213	<,001	VALID
P21	.713	0,213	<,001	VALID
P22	.690	0,213	<,001	VALID
P23	.562	0,213	<,001	VALID
P24	.472	0,213	<,001	VALID
P25	.679	0,213	<,001	VALID

Sumber Olah Data Spss versi 27, Agustus (2025)

Setelah melakukan Uji Validitas selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk menilai konsistensi kuesioner. Menurut Sugiyono, uji realibilitas adalah uji keandalan dalam mengetahui seberapa jauh alat ukur dapat dipercaya. (Sugiyono, R&D, 2012). Menurut Anshori dan Iswati, uji reliabilitas merupakan instrument yang digunakan sebagai alat pengumpulan data. Instrument yang *reliable* (dapat diandalkan) merupakan instrument yang digunakan untuk mengukur objek dalam beberapa kali, dan memperoleh data yang serupa. (Muslich Anshori, 2009) jika tanggapan responden terhadap pertanyaan tersebut sama atau konsisten sepanjang waktu, kuesioner dikatakan *reliable* (dapat diandalkan). Oleh karena itu, pengujian realibilitas dilakukan untuk mengetahui apakah hasil pengukuran konsisten. Menurut Priyanto, instrument dapat dikatakan *reliable* jika nilai alpha lebih besar dari nilai r kritis *product moment*. Namun, hal tersebut dapat menggunakan Batasan tertentu seperti 0,6 Priyanto (2008). Maka berikut adalah ketentuan dari uji reliabilitas :a) Jika koefisien Alpha $> 0,6$ maka pertanyaan dinyatakan *reliable*; b) Jika koefisien Alpha $< 0,6$ maka pertanyaan dinyatakan tidak *reliable*.

Tabel 2. Uji Reabilitas

Reability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.705	6

Sumber Olah Data Spss versi 27, Agustus (2025)

Dari hasil pengolahan data diatas menunjukkan bahwa variabel kepuasan (Y) yang secara umum realibilitas koefisien alpha dikatakan reliabel apabila koefisien alpha lebih besar dari 0,06, maka berdasarkan hasil diatas dapat disebutkan bahwa nilai haji menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar $0.705 > 0.6$ sehingga dapat dikatakan instrumen pada penelitian ini adalah Reliabel. Uji asumsi klasik adalah serangkaian pengujian statistik untuk memastikan bahwa model regresi linear memenuhi syarat estimasi *Ordinary Least Squares* (OLS) sehingga hasil analisis tidak bias, konsisten, dan efisien. Penelitian ini menerapkan teknik analisis data dengan menggunakan statistik inferensial. Statistik inferensial merupakan metode yang memanfaatkan data sampel untuk membuat kesimpulan yang dapat digeneralisasikan pada populasi. Pendekatan ini sesuai digunakan apabila populasi telah terdefinisi secara jelas dan pengambilan sampelnya dilakukan secara acak. (Sugiyono, Metode Penelitain Kuantitatif Kualitatif dan R&D 2011) Berikut tiga uji utamanya :

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One Sample Kolmogorov Smirnov Test

		Unstanddardize d Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.64447795
Most Extreme Difference	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.050
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.163
Monte Carlo Sig. (2 Tailed) ^d	Sig	.113
	99% Lower Confidence Interval	.105
	Upper Bound	.121

- a. Test Distribution is Normal
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors significance Correction

- d. Lilliefors' Method based on 10000 monte Carlo Samples with starting seed 2000000.

Sumber Olah Data Spss versi 27, Agustus (2025)

Berdasarkan hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,163, yang lebih besar dari 0,05 ($0,163 > 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal, karena tidak terdapat cukup bukti untuk menolak hipotesis nol bahwa data berdistribusi normal.

Selanjutnya dilakukan Uji Multikolinearitas yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi tinggi antar variabel independen. Berdasarkan tabel Coefficients, nilai Tolerance sebesar 1,000 ($> 0,10$) dan nilai VIF sebesar 1,000 (< 10). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
1	(Constant)	-1.789	1.809		-.989	.326		
	X	.269	.023	.785	11.546	<.001	1.000	1.000
a. Dependent Variable Y								

Sumber Olah Data Spss versi 27, Agustus (2025)

Selanjutnya dilakukan Uji Heteroskedastisitas. Salah satu metode yang sering digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah uji Glejser. Pada uji ini, dasar pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka hal tersebut menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2013)

Pengujiannya dilakukan dengan metode Glejser, di mana nilai absolut residual dijadikan variabel dependen. Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,655 ($> 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Setelah melakukan Uji Klasik, selanjutnya dilakukan Analisis Regresi Linier Sederhana yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh variable independen terhadap variabel dependen, apakah hubungan tersebut bersifat positif atau negatif. Selain itu, metode ini juga digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen ketika variabel independen mengalami peningkatan maupun penurunan.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.373	1.686		.221	.826
	Kualitas	.009	.021	.049	.448	.655
a. Dependent Variable : ABS_RES						

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a								
Model		Unstanddardized Coefficients B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.789	1.809		-.989	.326		
	X	.269	.023	.785	11.546	<.001	1.000	1.000
a. Dependent Variable Y								

Sumber Olah Data Spss versi 27, Agustus (2025)

Dari table diatas dapat dijelaskan : Pertama, Konstanta (a) bernilai -1.789, yang berarti jika nilai variabel X (misalnya Kualitas Pelayanan) adalah 0, maka nilai variabel Y (misalnya Kepuasan Jemaah) diprediksi sebesar -1.789; Kedua, Koefisien regresi X sebesar 0.269 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel X akan meningkatkan nilai Y sebesar 0.269 satuan. Koefisien regresi yang bernilai positif ini menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel X dan Y. Artinya, semakin baik atau semakin tinggi nilai variabel X, maka semakin tinggi pula nilai variabel Y; Ketiga, Nilai Sig. < 0.001 (< 0.05) menunjukkan bahwa pengaruh variabel X terhadap Y signifikan secara statistik.

Rifa H. A, Yuyun Y., Shilah S.A.

Dengan kata lain, peningkatan pada variabel X benar-benar memberikan pengaruh nyata terhadap variabel Y, bukan karena kebetulan; d) Nilai Beta (0.785) menunjukkan kekuatan hubungan secara standar antara kedua variabel. Nilai ini termasuk kategori kuat, karena berada mendekati angka 1. Artinya, variabel X memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel Y; Keempat, Nilai Tolerance = 1.000 dan VIF = 1.000 menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas. Karena model hanya memiliki satu variabel independen, nilai ini wajar dan menegaskan bahwa variabel bebas tidak saling berkorelasi.

Uji Koefisien Determinasi (R-Square) digunakan untuk mengetahui proporsi variasi variabel terikat (dependent variable) yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas (independent variable). Semakin besar nilai R-Square, semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai R-Square mendekati nol (0), maka variabel bebas hanya mampu menjelaskan sebagian kecil variasi variabel terikat.

Tabel 7. Tabel 3.8 Koefiensi determinasi (R Square)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the estimate
1	.785	.616	.612	1.65435

a. Predictors: (Constant), X
b. Dependent Variable

Sumber Olah Data Spss versi 27, Agustus (2025)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel Model Summary di atas, diperoleh nilai R Square sebesar 0,616 atau sama dengan 61,6%. Angka ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan SSKOHAT (X) mampu menjelaskan variasi perubahan pada variabel Kepuasan Jemaah (Y) sebesar 61,6%, sedangkan sisanya sebesar 38,4% (100% – 61,6%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti ketersediaan fasilitas, harga, kenyamanan, kecepatan layanan, maupun faktor emosional jemaah. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel *Model Summary* di atas, diperoleh nilai R Square sebesar 0,616 atau sama dengan 61,6%. Angka ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan SSKOHAT (X) mampu menjelaskan variasi perubahan pada variabel Kepuasan Jemaah (Y) sebesar 61,6%, sedangkan sisanya sebesar 38,4% (100% – 61,6%) dijelaskan oleh

variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti ketersediaan fasilitas, harga, kenyamanan, kecepatan layanan, maupun faktor emosional jemaah.

Selanjutnya, menurut Ghozali, (2018) uji T adalah pengujian sejauh mana variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Pengujian ini dilakukan secara parsial dan digunakan supaya mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel bebas dan terikat dengan melihat nilai t pada taraf signifikansi 5% (Soleh et al., 2024). Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji t dapat dilihat pada kolom Sig. (significance) atau nilai t hitung pada tabel Coefficients. Ketentuan pengambilan keputusan: a) Jika nilai Sig. < α (0,05), maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial; b) Jika nilai Sig. > α (0,05), maka tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Hasil dan Pembahasan Uji t (Parsial):

Tabel 8. Hasil Uji T-Test (Parsial)

Model		Coefficients ^a				t	Sig.	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta					
1	(Constant)	-1.789	1.809		-989	.326			
	X	.269	.023	.785	11.546	<.001	1.000	1.000	
a. Dependent Variable Y									

Sumber Olah Data Spss versi 27, Agustus (2025)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel Coefficients di atas, diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) memiliki nilai t hitung sebesar 11,546 dengan nilai signifikansi (Sig.) < 0,001. Karena nilai Sig. lebih kecil dari tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Jemaah secara parsial. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan petugas SISKOHAT berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Jemaah diterima.

Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas SSKOHAT terhadap tingkat Kepuasan Jemaah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan jemaah. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, diperoleh koefisien regresi sebesar 0,269 dengan nilai signifikansi $< 0,001$, yang berarti setiap peningkatan pada kualitas pelayanan akan diikuti oleh peningkatan kepuasan jemaah secara nyata. Dengan kata lain, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas SSKOHAT, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh jemaah.

Nilai R Square sebesar 0,616 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan SSKOHAT mampu menjelaskan 61,6% variasi kepuasan jemaah, sedangkan sisanya sebesar 38,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini, seperti ketersediaan fasilitas, kenyamanan ruang tunggu, efisiensi sistem keberangkatan, maupun faktor emosional jemaah. Nilai R^2 yang cukup tinggi ini mengindikasikan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki kontribusi besar dalam menentukan tingkat kepuasan jemaah.

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan analisis data kuesioner, terdapat beberapa aspek pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan jemaah, yaitu: Pertama, Kecepatan Memberikan Pelayanan Petugas SSKOHAT menunjukkan respons cepat dalam proses pendaftaran dan verifikasi data jemaah, sehingga menghemat waktu dan memberikan kemudahan bagi jemaah dalam menyelesaikan administrasi keberangkatan; Kedua, Ketepatan Memberikan Informasi Informasi terkait jadwal keberangkatan, kelengkapan dokumen, serta status data yang disampaikan melalui sistem SSKOHAT terbukti akurat dan tepat waktu, sehingga menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan jemaah terhadap pelayanan yang diberikan; Ketiga, keramahan dan Sikap Profesional Petugas Sikap sopan, ramah, dan tanggap dari petugas meningkatkan kenyamanan jemaah saat berinteraksi, sekaligus memberikan kesan positif terhadap pelayanan yang diterima; Keempat, kemudahan Akses Sistem Sistem SSKOHAT yang mudah diakses, baik secara langsung di kantor maupun secara daring, mempermudah proses administrasi haji dan mengurangi potensi kesalahan dalam input data; Ketiga, kemampuan Petugas Mengatasi Masalah Ketika terjadi kendala teknis atau

permasalahan administrasi, petugas dapat memberikan solusi dengan cepat dan tepat, sehingga kepuasan jemaah tetap terjaga.

PENUTUP

Merujuk pada hasil data analisis statistik pada penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas SISKOHAT terhadap Tingkat Kepuasan Jemaah di Kantor Kementerian Agama Kota Cimahi Tahun 2025, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Pelayanan yang diberikan oleh Kementerian Agama Kota Cimahi kepada calon jemaah haji telah berjalan dengan baik. Hal ini dibuktikan dari hasil pengolahan data variabel Kualitas Pelayanan (X) dan variabel Kepuasan Jemaah (Y) yang bersumber dari 25 item pertanyaan, di mana mayoritas responden memberikan tanggapan “setuju” terhadap kualitas pelayanan yang diterima serta tingkat kepuasan yang dirasakan.

Hasil pengujian regresi linier sederhana menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi sebesar 0,269 memiliki arah positif. Artinya, setiap peningkatan 1 satuan skor kualitas pelayanan akan meningkatkan skor kepuasan jemaah sebesar 0,269 poin. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,785 menunjukkan adanya hubungan positif dengan tingkat kecermatan yang kuat antara kedua variabel tersebut.

Berdasarkan nilai R Square sebesar 0,616, dapat disimpulkan bahwa 61,6% variasi kepuasan jemaah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sedangkan 38,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti ketersediaan fasilitas, kenyamanan ruang tunggu, kemudahan akses informasi, maupun kecepatan layanan. Nilai R² yang tinggi ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan memiliki peranan yang dominan dalam meningkatkan kepuasan jemaah.

Hasil uji signifikansi parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 11,546 dengan nilai signifikansi < 0,001 (< 0,05). Hal ini berarti hipotesis penelitian diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan SISKOHAT berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Jemaah di Kantor Kementerian Agama Kota Cimahi. Dengan kata lain, semakin baik pelayanan yang diberikan oleh petugas SISKOHAT baik dalam hal

Rifa H. A, Yuyun Y., Shilah S,A.

kecepatan, ketepatan, keramahan, kemudahan akses, maupun kemampuan menyelesaikan masalah maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh jemaah haji.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiana, G. D., & Fatimah, S. (2021). *Implementasi Sistem Informasi dan Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) dalam pendaftaran haji khusus di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Tengah tahun 2019*. *Jurnal MD*, 7(1), 29–55.
- Dwiyanto, A. (2006). *Mewujudkan good governance melalui pelayanan publik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Fajriyyah, A. N. (2015). Pengaruh pelayanan karyawan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) terhadap tingkat kepuasan jemaah pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi DKI Jakarta (*Skripsi*). Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2014). *Quality management for organizational excellence: Introduction to total quality (7th ed.)*. New Jersey: Pearson.
- Hardiyansyah. (2011). *Kualitas pelayanan publik: Konsep, dimensi, indikator dan implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hilman, F.A, Fitriani, P.D, & Saleh, D.A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada Produk Tabungan Haji Ib Masalah di Bank BJB Syariah. *Jurnal Haji dan Umrah*. 2(1), 66.
- Jamilatunniswa, E., Setiawan, A. I., & Kurniawan, M. I. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah. *MABRUR: Academic Journal of Hajj and Umra*, 3(1), 57–76.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran (Jilid 1, Edisi ke-13)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing management (15th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Laksana, F. (2018). *Manajemen pemasaran: Pendekatan praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Nasution, M. N. (2004). *Manajemen jasa terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer (2nd ed.)*. New York: M. E. Sharpe.
- Soleh, S., Yuliani, Y., & Nur Chidayah, P. P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pembimbing Ibadah Manasik Haji Terhadap Tingkat Kepuasan Jemaah. *Mabrur: Academic Journal of Hajj and Umra*, 2(2), 141–160. <https://doi.org/10.15575/mjhu.v2i2.34821>
- Sutrisno, E. (2001). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2012). *Service, quality and satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality & satisfaction* (Edisi ke-3). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Sunyoto, D. (2012). *Manajemen pemasaran jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: Free Press.

