



# Komunikasi Profetik dalam Pelayanan Jamaah Haji dan Umrah di Almira Travel: Pendekatan dan Tantangan

Syarif Hidayatullah<sup>1</sup>

<sup>1</sup>UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, Indonesia

\*2249090017@student.uinsgd.ac.id

## ABSTRAK

PT Almira Berkah Abadi, sebagai penyedia jasa perjalanan Haji dan Umrah, menerapkan komunikasi profetik yang berlandaskan nilai *tabligh*, *amanah*, dan *fathanah*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan komunikasi profetik dalam pelayanan jamaah Haji dan Umrah serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi perusahaan. Dengan menggunakan teori kualitas layanan tiga komponen, penelitian ini mengevaluasi kualitas hasil, interaksi, dan lingkungan fisik layanan yang diberikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi profetik menciptakan pengalaman ibadah yang bermakna bagi jamaah, meskipun masih terdapat kendala seperti multitasking karyawan dan perubahan regulasi. Solusi strategis seperti pelatihan karyawan, pemanfaatan teknologi, dan edukasi regulasi telah diterapkan untuk mengatasi tantangan ini.

Kata Kunci: Komunikasi Profetik, Haji dan Umrah, Kualitas Layanan, Nilai Spiritual, Almira Travel

## ABSTRACT

*PT Almira Berkah Abadi, as a provider of Hajj and Umrah travel services, applies prophetic communication grounded in the values of **tabligh** (clear delivery), **amanah** (trustworthiness), and **fathanah** (wisdom). This study aims to analyze the implementation of prophetic communication in Hajj and Umrah services and identify the challenges faced by the company. Using the three-component service quality theory, this study evaluates the quality of outcomes, interactions, and the physical environment of the services provided. The findings reveal that the prophetic communication approach creates a meaningful worship experience for pilgrims, although challenges such as employee multitasking and regulatory changes persist. Strategic solutions, including employee training, technology utilization, and regulatory education, have been implemented to address these challenges.*

**Keywords:** Prophetic Communication, Hajj and Umrah, Service Quality, Spiritual Values, Almira Travel

## PENDAHULUAN

PT Almira Berkah Abadi adalah mitra terpercaya dalam memfasilitasi perjalanan ibadah ke kota suci Mekkah dan Madinah. Dengan komitmen kuat terhadap keunggulan layanan, Almira Travel menciptakan pengalaman ibadah Haji dan Umrah yang tidak hanya lancar dan terjangkau, tetapi juga memperkaya spiritualitas jamaah. Sebagai perusahaan yang berbasis di Bandung, Jawa Barat, Almira Travel menawarkan berbagai paket perjalanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan jamaah dengan standar pelayanan yang tinggi. Komitmen ini didukung oleh tim profesional dan berpengalaman, yang memastikan setiap aspek perjalanan dilakukan dengan aman, nyaman, dan sesuai syariat Islam.

Pendekatan komunikasi profetik menjadi landasan utama dalam memberikan pelayanan kepada jamaah. Berlandaskan nilai-nilai tabligh (penyampaian informasi yang jelas), amanah (kepercayaan), dan fathanah (kebijaksanaan), pendekatan ini dirancang untuk menciptakan pengalaman ibadah yang bermakna. Komunikasi profetik di Almira Travel tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan, memberikan bimbingan spiritual, dan menciptakan hubungan yang harmonis antara jamaah dan penyedia layanan.

Penerapan komunikasi profetik tercermin dalam sesi manasik dan pembekalan ibadah yang interaktif. Setiap jamaah diberikan pemahaman mendalam mengenai tata cara ibadah Haji dan Umrah, termasuk nilai-nilai spiritual yang mendasari setiap ritual. Pembimbing berpengalaman mendampingi jamaah untuk memastikan kesiapan mental, fisik, dan spiritual sebelum melaksanakan ibadah. Transparansi informasi juga menjadi prinsip utama dalam setiap tahap pelayanan, mulai dari proses pendaftaran hingga pelaksanaan ibadah di Tanah Suci. Informasi disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi seperti aplikasi digital, grup diskusi, dan briefing langsung untuk memastikan jamaah memahami setiap detail perjalanan.

Namun, penerapan komunikasi profetik juga menghadapi sejumlah tantangan, di antaranya beban kerja tinggi yang sering kali mengharuskan staf menangani berbagai tugas secara bersamaan. Hal ini dapat memengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan. Selain itu, perubahan regulasi yang kerap terjadi memerlukan adaptasi cepat, sementara hambatan komunikasi internal terkadang menghambat koordinasi yang efektif. Untuk mengatasi kendala tersebut, Almira Travel menerapkan berbagai solusi strategis, seperti pelatihan berkelanjutan untuk staf, adopsi teknologi modern, dan edukasi regulasi kepada jamaah.

Penelitian ini mengacu pada Teori Kualitas Layanan Tiga Komponen (Three Component Service Quality) yang dikembangkan oleh Patterson dan Spreng untuk menganalisis kualitas layanan. Teori ini membagi kualitas layanan

Komunikasi Profetik dalam Pelayanan Jamaah Haji dan Umrah di Almira Travel: Pendekatan dan Tantangan menjadi tiga dimensi utama: kualitas hasil (Outcome Quality), kualitas interaksi (Interaction Quality), dan kualitas lingkungan fisik (Physical Environment Quality). Kualitas hasil mencerminkan manfaat akhir yang dirasakan oleh pelanggan, kualitas interaksi mengacu pada hubungan antara pelanggan dan penyedia layanan, sedangkan kualitas lingkungan fisik mencakup fasilitas yang mendukung layanan. Teori ini relevan untuk mengevaluasi aspek-aspek layanan Haji dan Umrah, terutama dalam konteks pengalaman spiritual jamaah yang melibatkan berbagai dimensi layanan.

Lebih lanjut, penelitian terdahulu seperti Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya bergantung pada hasil akhir tetapi juga pada persepsi mereka terhadap keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti nyata dari layanan tersebut. Namun, pendekatan Patterson dan Spreng memberikan lebih banyak fleksibilitas dalam konteks kualitatif, yang memungkinkan analisis mendalam tentang interaksi dan dimensi fasilitas fisik yang relevan dengan pengalaman jamaah Haji dan Umrah (Rahmawati & Indriyanti, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan yang diberikan oleh PT Almira Berkah Abadi berdasarkan Teori Kualitas Layanan Tiga Komponen. Analisis dilakukan untuk mengevaluasi tiga dimensi utama: kualitas hasil, kualitas interaksi, dan kualitas lingkungan fisik, untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang sejauh mana layanan ini dapat memenuhi harapan jamaah dan menciptakan pengalaman spiritual yang bermakna. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan praktis bagi PT Almira Berkah Abadi untuk meningkatkan kualitas layanan mereka, serta menjadi referensi bagi penyedia layanan serupa dalam mengembangkan strategi layanan yang efektif dan berbasis kebutuhan pelanggan (Purbasari & Permatasari, 2018).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Sejarah PT Almira Berkah Abadi**

PT Almira Berkah Abadi didirikan pada tahun 2019 oleh Ihsan Fauzi Rahman, S.H., dengan visi utama untuk memberikan layanan perjalanan Haji dan Umrah yang aman, nyaman, dan sesuai dengan tuntunan agama Islam. Berlokasi di Jalan Anggrek Boulevard No. 26, Pasirlayung, Kota Bandung, perusahaan ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan umat Muslim di Indonesia, khususnya di Bandung dan sekitarnya, yang ingin menunaikan ibadah ke Tanah Suci dengan kualitas layanan yang prima.

Sejak awal pendiriannya, PT Almira Berkah Abadi menghadapi berbagai tantangan, seperti membangun kepercayaan di tengah masyarakat dan bersaing

dengan biro perjalanan lain yang lebih besar. Namun, dengan pendekatan yang mengutamakan kualitas layanan, integritas, dan kedekatan personal dengan jamaah, perusahaan ini berhasil memperoleh tempat di hati masyarakat. Berbagai kerja sama dengan maskapai penerbangan, penyedia akomodasi di Mekkah dan Madinah, serta layanan lokal di Arab Saudi turut mendukung operasional perusahaan (Ahmad Afan Zain, 2022).

Sebagai bagian dari inovasinya, PT Almira Berkah Abadi mengadopsi teknologi digital untuk mempermudah jamaah dalam mendaftar, mendapatkan panduan ibadah, dan memperoleh informasi terkini. Inovasi ini mencakup pengenalan aplikasi digital yang memberikan akses ke panduan manasik, jadwal perjalanan, dan informasi terkini terkait situasi di Tanah Suci. Selain itu, perusahaan menawarkan berbagai paket perjalanan, mulai dari layanan reguler hingga premium, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan jamaah dari berbagai latar belakang (Fitriani & Stevano, 2024).

### **Kondisi Pengelolaan, Bangunan, Fasilitas, dan Sumber Daya**

PT Almira Berkah Abadi mengelola operasionalnya dengan sistem yang terstruktur dan profesional. Manajemen operasional melibatkan pengaturan jadwal keberangkatan, penginapan, transportasi, dan layanan di Tanah Suci yang dirancang sesuai kebutuhan ibadah jamaah. Sistem administrasi yang terintegrasi memastikan pendaftaran, pembayaran, dan dokumentasi dilakukan dengan efisien, baik secara manual maupun digital. Pelayanan jamaah juga diperkuat dengan tim customer service yang responsif, pembimbing ibadah berpengalaman, serta fasilitas kesehatan dan logistik yang lengkap (Rambe & Rubino, 2023).

Kantor pusat PT Almira Berkah Abadi di Bandung dirancang sebagai pusat layanan administrasi dan konsultasi dengan fasilitas modern, seperti ruang konsultasi, ruang pelatihan, dan ruang representatif untuk menerima tamu dan calon jamaah. Fasilitas di Tanah Suci meliputi akomodasi hotel yang strategis, transportasi bus ber-AC, dan akses ke layanan kesehatan di Mekkah dan Madinah. Sumber daya manusia perusahaan terdiri dari tim pembimbing ibadah, tim pendukung logistik, dan tenaga medis yang siap melayani jamaah (Tohari et al., 2024).

### **Program Unggulan**

Program unggulan PT Almira Berkah Abadi mencakup bimbingan ibadah intensif, yang melibatkan pembekalan teori dan praktik secara menyeluruh. Program ini mencakup kelas tatap muka dan online untuk menjangkau jamaah di berbagai lokasi. Selain itu, perusahaan juga menawarkan program Umrah Plus Wisata Religi, yang mengombinasikan ibadah umrah dengan kunjungan ke situs-situs bersejarah Islam, seperti Gua Hira, Jabal Uhud, dan Masjid Quba. Program

Komunikasi Profetik dalam Pelayanan Jamaah Haji dan Umrah di Almira Travel: Pendekatan dan Tantangan tabungan syariah dan kemudahan pembiayaan juga tersedia untuk membantu calon jamaah merencanakan perjalanan mereka secara finansial (Atieqoh et al., 2022).

## **Tantangan dan Solusi Pelayanan Haji dan Umrah**

PT Almira Berkah Abadi menghadapi berbagai tantangan yang cukup kompleks dalam memberikan pelayanan Haji dan Umrah. Salah satu tantangan utama adalah multitasking yang harus dilakukan oleh karyawan di berbagai cabang perusahaan. Kondisi ini menuntut karyawan untuk memiliki fleksibilitas tinggi serta kemampuan beradaptasi dengan cepat terhadap tugas-tugas baru. Kebutuhan untuk mengelola banyak hal sekaligus sering kali memengaruhi efisiensi kerja, terutama ketika beban kerja meningkat pada musim keberangkatan jamaah (Fadhli, 2024). Selain itu, seringnya perubahan regulasi internal, baik yang disebabkan oleh kebijakan perusahaan maupun penyesuaian terhadap peraturan pemerintah, dapat menciptakan tantangan tambahan bagi stabilitas operasional. Rotasi karyawan antar cabang, meskipun diperlukan untuk pemerataan sumber daya, sering kali menimbulkan ketidakstabilan bagi beberapa cabang tertentu, yang dapat berdampak pada pengalaman jamaah.

Tantangan lain yang dihadapi adalah koordinasi internal yang terkadang kurang optimal, terutama dalam pengelolaan kuota haji dan umrah. Kesalahan informasi antara manajemen dan karyawan dapat menyebabkan kendala pada proses pendaftaran dan penjadwalan keberangkatan jamaah. Selain itu, dinamika kebutuhan jamaah yang semakin kompleks, seperti permintaan akan layanan personalisasi atau fasilitas premium, menambah tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan.

Namun, PT Almira Berkah Abadi telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam mengatasi berbagai tantangan tersebut melalui pendekatan strategis yang berbasis pada nilai-nilai komunikasi profetik. Pendekatan ini mencakup penyampaian informasi yang jelas dan transparan (tabligh), integritas dalam setiap aspek layanan (amanah), serta kebijaksanaan dalam menghadapi dinamika internal maupun eksternal (fathanah). Perusahaan berupaya menjaga stabilitas operasional dengan memberikan pelatihan manajemen perubahan kepada karyawan, sehingga mereka dapat beradaptasi dengan baik terhadap perubahan regulasi maupun rotasi tugas. Pelatihan ini tidak hanya difokuskan pada aspek teknis, tetapi juga pada pengembangan soft skills, seperti kemampuan komunikasi, empati, dan manajemen stres, yang sejalan dengan nilai-nilai komunikasi profetik.

Untuk meningkatkan efisiensi koordinasi, PT Almira Berkah Abadi memperkuat komunikasi internal melalui penerapan sistem digital terintegrasi. Sistem ini memungkinkan karyawan dan manajemen untuk mengakses informasi secara real-time, sehingga kesalahan informasi dapat diminimalkan. Selain itu,

perusahaan juga mengadakan pertemuan rutin antara tim operasional dan manajemen untuk membahas kendala yang dihadapi dan mencari solusi bersama.

Dalam menghadapi kebutuhan jamaah yang semakin kompleks, perusahaan mengembangkan layanan personalisasi yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan individu jamaah, seperti paket perjalanan eksklusif atau layanan tambahan selama di Tanah Suci. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kepuasan jamaah, tetapi juga memperkuat hubungan personal antara perusahaan dan jamaah, yang merupakan inti dari komunikasi profetik.

Di tengah tantangan operasional, PT Almira Berkah Abadi tetap menjaga komitmen terhadap kualitas layanan. Perusahaan memastikan bahwa anggaran operasional dan akomodasi selalu dikelola dengan baik untuk memberikan rasa aman bagi jamaah. Selain itu, perusahaan menerapkan pendekatan edukatif dalam menangani kesalahan karyawan, dengan menanamkan nilai-nilai keikhlasan dan dedikasi. Pendekatan ini tidak hanya menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, tetapi juga mendorong karyawan untuk terus berkembang secara profesional.

Secara keseluruhan, tantangan yang dihadapi PT Almira Berkah Abadi tidak hanya menjadi penghalang, tetapi juga peluang untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan. Dengan pendekatan berbasis komunikasi profetik dan strategi operasional yang terstruktur, perusahaan mampu menjaga kepercayaan jamaah sekaligus menginspirasi penyedia layanan serupa untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam operasional mereka (Taufiq, 2024).

## **Analisis Teori**

Penelitian ini menggunakan Teori Kualitas Layanan Tiga Dimensi (Three Component Service Quality) oleh Patterson dan Spreng untuk mengevaluasi kualitas layanan. Tiga dimensi utama yang dianalisis meliputi kualitas hasil, kualitas interaksi, dan kualitas lingkungan fisik.

Dimensi kualitas hasil mencakup manfaat akhir yang diterima jamaah, seperti pengalaman ibadah yang lancar dan bermakna. Dimensi kualitas interaksi menyoroti hubungan antara jamaah dan penyedia layanan, yang diperkuat melalui pembimbing ibadah berpengalaman dan layanan customer service yang responsif. Sementara itu, dimensi kualitas lingkungan fisik mencakup fasilitas seperti akomodasi hotel strategis dan transportasi yang nyaman. Ketiga dimensi ini berkontribusi pada terciptanya pengalaman ibadah yang holistik dan memuaskan (Rahmawati & Indriyanti, 2021).

Dengan pendekatan berbasis komunikasi profetik, PT Almira Berkah Abadi mampu memenuhi kebutuhan spiritual dan emosional jamaah. Analisis terhadap ketiga dimensi ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki fondasi yang kuat untuk terus berkembang dan meningkatkan kualitas layanan. Fokus pada nilai-nilai

Komunikasi Profetik dalam Pelayanan Jamaah Haji dan Umrah di Almira Travel: Pendekatan dan Tantangan kemanusiaan dan spiritual tetap menjadi inti dari keberhasilan PT Almira Berkah Abadi dalam memberikan pengalaman ibadah yang bermakna dan berkualitas.

## **PENUTUP**

Melalui penerapan komunikasi profetik yang berlandaskan nilai-nilai tabligh, amanah, dan fathanah, PT Almira Berkah Abadi berhasil menunjukkan komitmen dalam memberikan pelayanan Haji dan Umrah yang bermakna. Penelitian ini menyoroti bagaimana perusahaan mengintegrasikan nilai-nilai keislaman dalam setiap aspek layanan, mulai dari pengelolaan operasional, penyediaan fasilitas, hingga interaksi personal dengan jamaah. Tantangan-tantangan operasional yang dihadapi perusahaan, seperti multitasking dan perubahan regulasi, diatasi dengan pendekatan strategis yang berbasis pada pengembangan sumber daya manusia dan inovasi teknologi.

Analisis berdasarkan Teori Kualitas Layanan Tiga Dimensi menunjukkan bahwa PT Almira Berkah Abadi telah menciptakan pengalaman ibadah yang holistik bagi jamaah, dengan memberikan kualitas hasil, interaksi, dan lingkungan fisik yang optimal. Upaya terus-menerus untuk memperbaiki layanan melalui inovasi, edukasi, dan komitmen terhadap nilai-nilai spiritual menunjukkan bahwa perusahaan memiliki potensi besar untuk terus berkembang di masa depan.

Ke depan, PT Almira Berkah Abadi diharapkan dapat memperluas jangkauan layanan dan meningkatkan inovasi digital untuk memenuhi kebutuhan jamaah yang semakin kompleks. Fokus pada nilai-nilai komunikasi profetik dan pendekatan humanis tetap menjadi landasan dalam menciptakan pengalaman ibadah yang tidak hanya nyaman, tetapi juga bermakna secara spiritual. Dengan demikian, PT Almira Berkah Abadi tidak hanya menjadi mitra perjalanan yang terpercaya, tetapi juga menjadi inspirasi bagi penyedia layanan serupa untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis mereka.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmad Afan Zain. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, 2(2), 47–54. <https://doi.org/10.55352/maqashid.v2i2.269>
- Atieqoh, S., Fakhruddin, M., Abidin, Z., & Waseso, H. P. (2022). Menilik Kualitas Bimbingan Manasik Haji Melalui Program Sertifikasi Pembimbing Manasik Haji. *Jurnal Penelitian Agama*, 23(1), 125–146.
- Fadhli. (2024). Tantangan Dalam Menjalankan di Travel Almira.
- Fitriani, S., & Stevano, J. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Travel Umrah & Haji Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 22–26.
- Hansen, S. (2020). Investigasi Teknik Wawancara dalam Penelitian Kualitatif

- Manajemen Konstruksi. Jurnal Teknik Sipil, 27(3), 283.  
<https://doi.org/10.5614/jts.2020.27.3.10>
- Haryono, E. (2023). Article Template : e-journal an-nuur : The Journal of Islamic Studies Petunjuk Penulisan Artikel Jurnal Online , An-Nuur Institut Agama Islam ( IAI ) Al Muhammad Cepu. E-Journal an-Nuur: The Journal of Islamic Studies.
- Paradilla, L., Dewi, S., Islam, U., Sjech, N., & Djambek, M. D. (2024). Strategi Pemasaran Perlengkapan Haji dan Umrah di Kota Padang waktu tertentu antara tanggal 8 sampai dengan 13 Dzulhijjah setiap tahun . Ibadah Haji ialah. 2(4).
- Purbasari, D. M., & Permatasari, D. L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang. Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen, 2(1), 43. <https://doi.org/10.33603/jibm.v2i1.1056>
- Rahmawati, A. Y., & Indriyanti, A. D. (2021). Analisis Sistem Informasi Mengukur Kepuasan Pelanggan pada PT . Taspen KCU Surabaya menggunakan Metode Servqual. Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence, 02(01), 28–31.
- Rambe, F. F., & Rubino, R. (2023). MANAJEMEN MEDIA AULIYA TOUR & TRAVEL DALAM MENARIK MINAT JAMAAH HAJI DAN UMRAH DI KABUPATEN ASAHAN. Kabilah: Journal of Social Community, 8(1), 284–294.
- Taufiq. (2024). Solusi Dalam Menjalankan di Travel Almira.
- Tohari, M., Faqihudin, A., & Azzahra, A. N. (2024). Akomodasi Pelayanan Haji: Evaluasi Terhadap Pelayanan pada Puncak Penyelenggaraan Haji 2023 Di Arab Saudi. Jurnal Ilmiah Nusantara, 1(4), 959–973.