



IMPLEMENTASI PENGELOLAAN KUALITAS PELAYANAN JAMAAH HAJI DAN UMRAH TERHADAP MINAT CALON JAMAAH DAKAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Bahrum Mutakin¹, Hasan Basri², Ismi Dara Oktavianda³

Program Studi Manajemen Haji dan Umrah, Universitas Islam KH. Ruhiat Cipasung Tasikmalaya

(bahrummutakin@gmail.com, hasanbasri@unik-cipasung.ac.id,
ismidaraoktavianda@gmail.com)

Abstract

This research is motivated by the fact that there are many similar products selling Umrah packages, the development of which is very fast compared to others, where the quality of the product and service for the interest of prospective pilgrims can be an advantage of the product that will be offered as well as the interest of prospective pilgrims to buy it. The purpose of this research is to find out how to manage product quality and the services provided by looking at the number of similar products sold by competitors, because the same competitors are selling these products closely. Here, the researcher wants to know what factors make this Umrah package continue to be superior in terms of quality. product quality and service. The method used in this research uses a descriptive qualitative approach and case study, by describing and illustrating existing phenomena. Data collection techniques in 3 ways, namely: Observation, interviews and documentation. The results of this research show that: 1) Product quality management in this Umrah package has advantages in the product quality of the Umrah package, both in terms of consistent service and providing comfort, the use of attractive Umrah packages and love for the environment, namely using paper materials and the best possible design. by providing pictures on the Umrah package as well as correct information about the product, as well as very cheap prices with very good products. 2) Service to the interests of prospective pilgrims at Tasikmalaya Umrah Travel regarding the services provided by customers/prospective pilgrims is quite satisfactory, where Tasikmalaya Umrah Travel really prioritizes service so that its Umrah packages continue to develop even though there are many competitors. 3) Management of product and service quality towards the interests of prospective pilgrims from an Islamic economic perspective at Tasikmalaya Umrah Travel, where the product owner has provided good and fair product quality to prospective pilgrims. The quality products they provide so far do not have low quality or defects that are not in accordance with Islamic teachings, because if this happens it could be detrimental to prospective pilgrims. Where Tasikmalaya Umrah Travel also has a Halal certificate regarding the products sold so that prospective pilgrims feel they have gained trust, especially prospective pilgrims who are Muslim.

Keywords: product quality, service, interest of prospective pilgrims, Islamic economics

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya produk yang sama menjual paket umrah dimana perkembangannya sangat cepat melesat perkembangannya dibanding yang lainnya, dimana mengenai kualitas produk dan pelayanan terhadap minat calon jamaah ini dapat menjadi keunggulan produk yang akan ditawarkan juga ketertarikan calon jamaah untuk membelinya. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengelolaan kualitas produk juga pelayanan yang diberikan dengan melihat banyaknya produk yang sama dijual oleh pesaing, karena ketatnya pesaing yang sama menjual produk tersebut disini peneliti ingin mengetahui mengenai faktor apa saja yang membuat Paket umrah ini terus menjadi unggul dalam kualitas produk juga pelayanannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan study kasus, dengan mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada. Teknik pengumpulan data dengan 3 cara, yaitu: Observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Pengelolaan kualitas produk di Paket umrah ini memiliki keunggulan dalam kualitas produk paket umrah, baik mengenai layanan yang konsisten hingga memberikan kenyamanan, penggunaan paket umrah yang menarik dan cinta lingkungan yaitu menggunakan bahan dari kertas juga di desain sebaik mungkin dengan pemberian gambar pada paket umrah juga informasi mengenai produk dengan benar, juga harga yang sangat murah dengan produk yang sangat baik. 2) Pelayanan terhadap minat calon jamaah di Travel Umrah Tasikmalaya mengenai pelayanan yang diberikan pelanggan/calon jamaah cukup memuaskan, dimana Travel Umrah Tasikmalaya ini sangat mengutamakan pelayanan sehingga Paket umrahnya terus berkembang walaupun banyak sekali saingannya. 3) Pengelolaan kualitas produk dan pelayanan terhadap minat calon jamaah dalam perspektif ekonomi Islam di Travel Umrah Tasikmalaya ini, dimana pemilik produk telah memberikan

kualitas produk yang baik dan adil kepada calon jamaah. produk yang berkualitas yang mereka berikan sejauh ini tidak memiliki kualitas rendah atau cacat tidak sesuai dengan ajaran Islam, karena jika Adapun hal tersebut dapat merugikan calon jamaah. Dimana Travel Umrah Tasikmalaya ini juga telah memiliki sertifikat Halal mengenai produk yang dijual sehingga calon jamaah merasa mendapatkan kepercayaan khususnya calon jamaah yang beragama Islam.

Kata Kunci: kualitas produk, pelayanan, minat calon jamaah, ekonomi islam

Pendahuluan

Dalam era globalisasi, persaingan bisnis sangat sengit, dan kunci keberhasilan perusahaan adalah mampu mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Penekanan diberikan pada kemampuan pemasar untuk mempengaruhi calon jamaah agar membeli produk, serta pentingnya mempertahankan langganan pelanggan di masa depan. Persaingan terjadi saat perusahaan berupaya memasarkan produk berkualitas dengan harga yang bersaing di pasar.

Kualitas produk mengacu pada kondisi fisik, fungsi, dan ciri-ciri suatu produk, baik barang maupun jasa. Penilaian didasarkan pada tingkat kualitas yang diinginkan, mencakup daya tahan, kehandalan, akurasi, kemudahan penggunaan, layanan perbaikan, dan atribut lain yang bertujuan untuk memenuhi dan memuaskan calon jamaah atau kebutuhan pelanggan. Kualitas produk yang baik sangat penting dalam persaingan bisnis, karena calon jamaah ingin produk yang sebanding dengan harga yang mereka bayar. Jika perusahaan dapat memberikan kualitas yang baik, ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan jumlah pelanggan mereka. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus menjadikan kualitas produk sebagai prioritas untuk bersaing di pasar.

Kualitas produk, menurut Kotler dan Armstrong, adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya dengan baik, yang meliputi keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, perbaikan, dan karakteristik lain yang berharga. Kualitas produk mencakup serangkaian atribut yang memenuhi kebutuhan pelanggan.

Konsep minat beli, yang mengacu pada proses pemilihan dan pembelian produk oleh calon jamaah. Minat beli dipengaruhi oleh pertimbangan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan, dan ini adalah tindakan yang mencerminkan keinginan calon jamaah untuk melakukan pembelian. Selain itu, kualitas layanan merupakan faktor penting dalam memastikan kepuasan dan retensi pelanggan. Perusahaan berfokus pada membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan yang puas dan setia dengan memberikan layanan yang unggul dan berkualitas tinggi.

Menurut Tjiptono, kualitas layanan merujuk pada sejauh mana ekspektasi dipenuhi dan variasi pendekatan manajemen untuk mencapai mutu yang memuaskan kebutuhan calon jamaah.

Dalam sistem Islam, kualitas dianggap lebih penting daripada kuantitas dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk penyembelihan hewan. Meskipun jumlah tetap dihitung, kualitas yang memenuhi standar mutu yang ditetapkan oleh Al-Quran dan Hadits menjadi prioritas. Pada

akhirnya, di akhirat, manusia akan diminta pertanggungjawaban atas tindakan mereka, dengan konsekuensi yang ditentukan oleh kualitas kehidupan yang mereka jalani di dunia.

Dalam Islam, aktivitas perdagangan, bisnis, dan jual beli adalah sah, selama dilakukan sesuai dengan aturan agama. Seperti dijelaskan dalam *Q.S Al- Baqarah ayat 275*: *“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan men gharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”*

Isi dari ayat di atas memperingatkan umat Islam mengenai pentingnya menjalankan jual beli dengan adil dan sesuai prinsip-prinsip Islam. Transaksi perdagangan barang maupun jasa diperbolehkan, tetapi riba dihindari karena dianggap tidak adil. Riba adalah tambahan yang dikenakan pada pinjaman uang tanpa manfaat yang jelas. Oleh karena itu, Islam mendorong transaksi yang menghormati semua pihak dan menghindari praktik yang merugikan.

Dalam hasil observasi dan penelitian awal ke lapangan terhadap implementasi pengelolaan kualitas produk dan layanan terhadap objek yang pernah saya kunjungi, yaitu Travel Umrah Tasikmalaya yang berada di desa jaya Mukti. Travel Umrah Tasikmalaya ini merupakan bisnis makanan yang memproduksi olahan basreng, makaroni, sosis kering dan mie lidi dengan berbagai paket umrah. ada paket umrah yang kecil dan juga yang besar. Pemilik Perusahaan ini bernama Hj Ihat beliau mulai merintis usaha ini pada tahun 2019 dan mengeluarkan modal awal untuk merintis usaha ini dengan nominal Rp. 10.000.000. Bisnis tersebut juga bisa dikatakan berkembang sukses, bisa dilihat dari perkembangannya perusahaan ini sudah memperkerjakan dua puluh orang lebih dan sudah membuka cabang di Surabaya. Omset perbulannya rata- rata mencapai Rp. 250.000.000. untuk penjualannya bukan hanya di daerah kabupaten Tasikmalaya saja bahkan telah

Untuk menarik banyak pelanggan, perusahaan perlu mencari cara untuk memberikan layanan yang melebihi harapan pelanggan, terutama dalam industri paket umrah yang saat ini sangat kompetitif. Saat ini, banyak produk paket umrah bersaing secara cepat dalam perkembangannya. Dalam konteks ini, penelitian akan fokus pada pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap minat calon jamaah di

Travel Umrah Tasikmalaya di Leuwisari. Dalam persaingan yang ketat ini, penting untuk memahami faktor-faktor yang membuat Travel Umrah Tasikmalaya menjadi pilihan unggul bagi pelanggan, dan ini dapat memicu kompetisi yang kuat di antara produk paket umrah lainnya, mendorong upaya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

Metode Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Perusahaan Kang Bayan yang berlokasi di Kp. Nanggorak, Desa Jaya Mukti, Kecamatan Leuwisari, Kabupaten Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini berlangsung dengan rentang waktu yang telah direncanakan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan metode deskriptif tanpa manipulasi variabel. Data yang digunakan bersifat kualitatif dan diperoleh melalui data primer (wawancara, observasi) dan data sekunder (dokumentasi). Analisis data akan melibatkan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Seluruh pendekatan dan metode ini akan membantu peneliti dalam memahami dan menjelaskan fenomena terkait dengan implementasi kualitas produk makanan dan pelayanan terhadap minat calon jamaah dalam perspektif ekonomi islam pada Travel Umrah Tasikmalaya.

Temuan dan Pembahasan

A. Pengelolaan kualitas produk di Travel Umrah Tasikmalaya

Kualitas produk adalah elemen kunci dalam kompetisi bisnis, yang menawarkan nilai kepada calon jamaah. Pelanggan selalu mengharapkan produk berkualitas sesuai dengan harga yang mereka bayar. Meskipun beberapa orang beranggapan bahwa harga tinggi menandakan kualitas tinggi, penting bagi perusahaan untuk mencapai keselarasan ini. Jika perusahaan dapat menghasilkan produk berkualitas, mereka dapat mempertahankan kepuasan pelanggan dan menarik lebih banyak calon jamaah. Oleh karena itu, upaya meningkatkan kualitas produk adalah langkah penting dalam mencapai daya saing di pasar. Hubungan saling menguntungkan antara perusahaan dan calon jamaah membuka peluang untuk memahami persepsi calon jamaah secara lebih baik.

Hal ini dibenarkan dengan pernyataan Bapak Miftah selaku pemilik Travel Umrah Tasikmalaya yaitu Travel Umrah Tasikmalaya memiliki fokus yang kuat pada menjaga kualitas produk, paket umrah yang ramah lingkungan, dan cinta terhadap lingkungan. Strategi ini telah menghasilkan manfaat berupa kemampuan produk mereka untuk bersaing di berbagai kota, hingga mencapai omset bulanan sekitar 100-200 juta, dan memperoleh pengakuan dari berbagai kalangan calon jamaah.

1. Kinerja atau *performance*

Kinerja atau *performance* dalam kualitas produk sangat penting dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Untuk mencapai hal ini, perusahaan perlu berfokus pada desain produk yang baik, pemilihan bahan berkualitas tinggi, kontrol kualitas yang ketat, serta mendengarkan masukan dan umpan balik pelanggan. Inovasi dalam merespons

permintaan pelanggan, seperti yang dilakukan oleh Bapak Miftah dengan mengganti bahan paket umrah menjadi kertas, dapat membantu menciptakan keunggulan kompetitif dan kesuksesan jangka panjang bagi perusahaan.

2. Keandalan (*reliability*)

Keandalan (*reliability*) merupakan atribut kritis dalam kualitas produk yang sangat penting, terutama dalam produk yang digunakan dalam aplikasi kritis atau berbahaya. Keandalan ini mencerminkan sejauh mana produk dapat diandalkan oleh pelanggan tanpa mengalami kegagalan atau masalah yang serius. Produk yang memiliki tingkat keandalan tinggi memiliki potensi untuk memenangkan kepercayaan pelanggan, meningkatkan daya saing perusahaan, dan memperkuat reputasi merek. Oleh karena itu, perusahaan seperti Travel Umrah Tasikmalaya yang mementingkan keandalan produknya memiliki keunggulan dalam memenuhi kebutuhan calon jamaah dan membangun citra yang positif di pasar.

3. Kesesuaian (*conformance*)

Kesesuaian atau *conformance* dalam kualitas produk makanan adalah aspek yang sangat penting. Untuk mencapainya, produsen harus memastikan bahwa produk mereka memenuhi standar dan spesifikasi yang telah ditetapkan. Ini melibatkan pengendalian kualitas yang ketat, penggunaan bahan baku berkualitas, pelatihan karyawan yang adekuat, serta penerapan sistem manajemen mutu yang efektif. Hasil observasi pada Travel Umrah Tasikmalaya menunjukkan bahwa produk-produk mereka sesuai dengan berbagai aspek, termasuk label, keamanan pangan, kualitas rasa, dan tekstur. Hal ini penting untuk menjaga keamanan calon jamaah dan kepuasan pelanggan, serta mematuhi regulasi yang berlaku.

Durability (ketahanan)

Ketahanan (*durability*) dalam kualitas produk, termasuk strategi untuk meningkatkannya seperti pemilihan bahan, desain, proses produksi, dan pengujian yang ketat. Selain itu, paragraf juga menyoroti pentingnya penggunaan yang benar dan perawatan yang tepat oleh calon jamaah untuk memperpanjang umur pakai produk. Observasi terhadap Travel Umrah Tasikmalaya menunjukkan bahwa paket umrah yang rapat dan higienis dapat menjaga makanan tetap awet selama jangka waktu yang lama, namun, penyimpanan calon jamaah juga memainkan peran penting dalam hal ini.

4. *Aesthetics*

Estetika dalam kualitas produk, khususnya dalam konteks packaging Travel Umrah Tasikmalaya. Estetika, yang melibatkan penampilan visual dan keindahan suatu produk, dianggap sebagai faktor yang signifikan dalam mempengaruhi persepsi dan kepuasan calon jamaah. Namun, kesimpulan utamanya adalah bahwa estetika tidak dapat berdiri sendiri. Faktor-faktor fungsional seperti kinerja, keandalan, daya tahan, keamanan, dan fungsionalitas tetap sangat penting dalam menentukan kualitas produk secara keseluruhan. Oleh karena itu, estetika harus diintegrasikan dengan baik dengan faktor-faktor fungsional lainnya dalam pengembangan produk untuk menciptakan produk yang

benar-benar berkualitas tinggi. Contoh konkretnya adalah penggunaan packaging menarik pada Travel Umrah Tasikmalaya, yang memadukan estetika dengan nilai produknya.

B. Pelayanan yang diberikan oleh Travel Umrah Tasikmalaya Terhadap Pelanggan

Pelayanan perusahaan adalah segala bentuk layanan atau bantuan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada para pelanggan, mitra bisnis, atau pihak terkait lainnya. Pelayanan perusahaan merupakan aspek penting dalam membangun dan menjaga hubungan baik antara perusahaan dan pelanggannya. Pelayanan terhadap minat calon jamaah adalah pendekatan atau strategi yang dilakukan oleh perusahaan atau penyedia layanan untuk mengidentifikasi, memahami, dan merespons minat atau kebutuhan calon jamaah dengan cara yang relevan dan memuaskan. Tujuan utama dari pelayanan terhadap minat calon jamaah adalah untuk membangun hubungan yang kuat antara perusahaan dan pelanggan, sehingga pelanggan merasa diperhatikan, dihargai, dan puas dengan pengalaman mereka.

Hasil observasi yang peneliti lakukan melalui observasi dan wawancara, mengenai pelayanan yang diberikan kepada pelanggan/calon jamaah cukup memuaskan, dimana Travel Umrah Tasikmalaya ini sangat mengutamakan pelayanan sehingga Paket umrahnya terus berkembang walaupun banyak sekali saingannya. Seperti halnya dalam pelayanan pengiriman paket umrah tersebut sudah menyediakan beberapa pilihan agar proses pembeliannya bisa terlaksana dengan mudah dan cepat, yaitu bisa melalui akun sosial media Travel Umrah Tasikmalaya, Shopee, WhatssApp, dan bisa membeli langsung ke tempat. Bahkan Travel Umrah Tasikmalaya ini juga bisa mengirimkan langsung ke tempatnya baik dekat/ bahkan jauh seperti luar kota yang masih bisa terjangkau dengan pengiriman yang sangat banyak. Juga untuk luar kota yang tidak memungkinkan untuk dikirim secara langsung dan dengan pembelian yang banyak sekali bisa dikirimkan dengan cargo.

1. Reabilitas

Reabilitas pelayanan memainkan peran kunci dalam mempengaruhi minat calon jamaah terhadap suatu produk, layanan, atau merek. Ketika calon jamaah mengalami pelayanan yang andal dan konsisten dari suatu bisnis, hal ini dapat meningkatkan minat mereka untuk terus berinteraksi dan bertransaksi dengan perusahaan tersebut. Dalam konteks ini, reabilitas pelayanan mengacu pada kemampuan perusahaan atau pabrik untuk memenuhi janji, menjaga kualitas, dan memberikan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan. perusahaan atau pabrik dapat meningkatkan reabilitas pelayanannya dan membangun reputasi yang baik di mata pelanggan serta mitra bisnisnya. Hal ini akan berkontribusi pada keberhasilan jangka panjang perusahaan atau pabrik dalam bisnisnya.

Reabilitas pelayanan terhadap minat calon jamaah adalah kemampuan suatu perusahaan atau penyedia layanan untuk secara konsisten dan dapat diandalkan memenuhi harapan dan kebutuhan calon jamaah dalam pelayanan yang diberikan. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, reabilitas

pelayanan terhadap minat calon jamaah menjadi faktor kritis dalam membangun loyalitas calon jamaah dan mencapai keberhasilan jangka panjang. Perusahaan yang mampu menjaga konsistensi, kualitas, dan keandalan dalam pelayanannya akan memiliki keunggulan dalam memenangkan hati calon jamaah dan mempertahankan pangsa pasar yang kuat.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti dapatkan bahwasanya konsistensi dalam pelayanan dan produk, seperti yang ditemukan dalam penelitian mengenai Travel Umrah Tasikmalaya, dapat membantu membangun loyalitas pelanggan dan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan atau penyedia layanan. Kemampuan untuk memenuhi harapan calon jamaah secara konsisten dan dapat diandalkan adalah faktor kunci dalam mempertahankan dan memperluas basis pelanggan.

2. Daya tanggap

Daya tanggap dalam pelayanan mengacu pada kemampuan suatu sistem, organisasi, atau individu untuk merespons permintaan, pertanyaan, atau masalah pelanggan dengan cepat, tepat, dan efisien. Daya tanggap yang baik adalah salah satu aspek penting dalam memberikan pengalaman pelanggan yang positif dan membangun hubungan yang kuat antara pelanggan dan penyedia layanan. Daya tanggap dalam pelayanan adalah aspek yang krusial dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Dengan fokus pada daya tanggap yang baik, perusahaan dapat membangun reputasi yang kuat dan membedakan diri mereka dari pesaing di pasar.

Daya tanggap dalam pelayanan terhadap minat calon jamaah adalah kemampuan suatu perusahaan atau penyedia layanan untuk merespons kebutuhan, pertanyaan, atau permintaan calon jamaah dengan cepat dan efisien. Daya tanggap yang baik terhadap minat calon jamaah adalah faktor kunci dalam membangun kepuasan calon jamaah dan mempertahankan pelanggan setia.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti dapatkan bahwasannya Travel Umrah Tasikmalaya ini bisa dibidang cukup baik dalam merespon permintaan, pertanyaan, adanya masalah calon jamaah dengan cepat dan efisien. Seperti adanya permintaan dari salah satu calon jamaah mengenai paket umrah ini bisa di tanggap dengan cepat dan atas pertimbangan yang dilakukan dengan baik.

Bahwa respons yang baik terhadap permintaan dan masalah calon jamaah, serta kesadaran terhadap keberlanjutan lingkungan, merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan minat calon jamaah terhadap sebuah perusahaan. Analisis data seperti ini membantu perusahaan mengidentifikasi area di mana mereka perlu meningkatkan daya tanggap mereka untuk mencapai tujuan tersebut.

3. Jaminan

Jaminan terhadap minat calon jamaah adalah cara bagi suatu perusahaan atau merek untuk memberikan kepastian atau keyakinan kepada calon jamaah bahwa produk atau layanan yang mereka tawarkan memiliki kualitas dan

keandalan yang dijanjikan. Jaminan ini bertujuan untuk meningkatkan minat calon jamaah untuk membeli produk atau menggunakan layanan tersebut. Jaminan-jaminan ini membantu membangun kepercayaan calon jamaah terhadap perusahaan atau merek, meningkatkan loyalitas calon jamaah, dan mengurangi risiko pembelian bagi calon jamaah. Dengan memberikan jaminan yang kuat dan berfungsi, perusahaan dapat meningkatkan minat calon jamaah untuk membeli produk atau layanan mereka dan membangun reputasi yang baik di pasar.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti dapatkan bahwasannya jaminan yang Travel Umrah Tasikmalaya berikan yaitu mengenai jaminan harga terendah yang mereka tawarkan adalah yang terendah di pasaran. Karena jarang sekali paket umrah yang memakai bungkus yang cukup menarik dengan harga 1000-2000.

Hal ini peneliti benarkan dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan pemilik Travel Umrah Tasikmalaya “walaupun paket umrah yang kami berikan dengan menggunakan bungkus dari kertas juga di desain dengan menarik, harga yang kami berikan tidak kami naikkan tetap kami memberikan harga 1000-2000. Hal ini kami berikan agar calon jamaah menerima jaminan mengenai harga yang tetap dengan kualitas rasa yang tetap konsisten”. Semua jaminan ini bertujuan untuk memberikan kepercayaan dan kenyamanan kepada calon jamaah dalam melakukan pembelian. Dengan memberikan jaminan yang kuat, perusahaan dapat meningkatkan minat calon jamaah untuk memilih produk atau layanan mereka daripada pesaing yang tidak menawarkan jaminan serupa.

4. Empati

Empati dalam minat calon jamaah adalah kemampuan suatu perusahaan atau individu untuk memahami dan merasakan perasaan, kebutuhan, dan keinginan calon jamaah dengan mendalam. Ini melibatkan upaya untuk melihat dunia dari perspektif calon jamaah, mengidentifikasi masalah atau tantangan yang mereka hadapi, dan merespons dengan solusi yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan mereka. Untuk mengembangkan empati terhadap calon jamaah, perusahaan dapat melakukan riset pasar, wawancara dengan pelanggan, dan berinteraksi secara aktif dengan mereka melalui media sosial atau forum komunitas. Ini memungkinkan mereka untuk lebih mendalami kebutuhan dan preferensi calon jamaah, serta merespons secara lebih baik terhadap perubahan keinginan dan tuntutan pasar. Dengan demikian, empati menjadi kunci dalam menciptakan hubungan yang kuat dan berkelanjutan antara perusahaan dan calon jamaah.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti dapatkan di Travel Umrah Tasikmalaya mengenai empati yang mereka berikan yaitu responsif terhadap keluhan dan masukan calon jamaah. Mereka bisa merespon dengan cepat secara aktif mencari solusi untuk memenuhi kebutuhan calon jamaah, seperti halnya mengenai keinginan calon jamaah dalam pengemasan yang memakai bahan dari kertas. Hal ini mencakup mengatasi keluhan pelanggan dengan ramah, dan melakukan perbaikan dengan cepat. Empati yang diterapkan

dengan baik dalam minat calon jamaah dapat membantu perusahaan memahami pelanggan mereka dengan lebih baik, memberikan pengalaman yang positif, dan menciptakan hubungan jangka panjang yang kuat. Hal ini juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang perusahaan.

5. Bukti fisik

Bukti fisik dalam konteks minat calon jamaah merujuk pada segala bentuk tampilan dan atribut fisik dari produk, layanan, atau tempat yang dapat mempengaruhi minat dan keinginan calon jamaah untuk membeli atau menggunakan suatu produk atau layanan. Bukti fisik ini menjadi penting karena mempengaruhi persepsi calon jamaah tentang kualitas dan nilai yang ditawarkan oleh suatu produk atau layanan. Penting untuk diingat bahwa bukti fisik ini perlu disesuaikan dengan target pasar dan segmen calon jamaah yang dituju. Selain itu, bukti fisik ini sebaiknya mendukung nilai dan janji merek atau produk agar dapat menciptakan pengalaman positif dan membangun hubungan jangka panjang dengan calon jamaah.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti dapatkan mengenai bukti fisik yang mereka berikan dalam paket umrah produk yang Travel Umrah Tasikmalaya buat sangat menarik dengan gambar makanan yang menggugah selera dan informasi mengenai bahan yang jelas. Juga penataan produk yang rapi dengan bungkus kertas yang dilapis agar tidak mudah menembus, tanggal kadaluarsa yang terlihat jelas, juga pelebllan halal yang dicantumkan. Dan mengenai desain yang Travel Umrah Tasikmalaya buat menarik dan ergonomis juga dapat menjadi bukti fisik yang kuat dalam menarik minat calon jamaah. Karna pada dasarnya calon jamaah akan tertarik pada produk yang tidak hanya berfungsi dengan baik tetapi juga terlihat menarik dan modern.

Dapat disimpulkan bahwasannya Semua bukti fisik ini dapat berkontribusi untuk membangun citra positif produk atau layanan di mata calon jamaah dan akhirnya meningkatkan minat mereka untuk membeli atau menggunakan produk atau layanan tersebut.

C. Implementasi Pengelolaan Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Calon jamaah dalam Perspektif Ekonomi Islam

1. Pengelolaan Kualitas Produk dan Pelayanan
Implementasi pengelolaan kualitas produk dan pelayanan merujuk pada proses menerapkan dan mengoperasikan strategi, Langkah-langkah, dan praktik-praktik yang ditunjukkan untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan dan layanan yang disediakan sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan. Ini melibatkan melakukan tindakan konkret seperti perencanaan, pemantauan, pengukuran, perbaikan, dan pelatihan untuk memastikan bahwa produk dan layanan yang disediakan memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan, serta memenuhi persyaratan kualitas yang telah ditetapkan. Implementasi ini mendorong peningkatan berkelanjutan dalam kualitas produk dan pelayanan melalui penggunaan

proses yang terstruktur dan metodologi yang relevan.

Hasil penelitian peneliti di Travel Umrah Tasikmalaya mengenai kualitas produk yang mereka jaga melalui pemilihan bahan baku yang terbaik yang mereka pilih dengan memastikan bahwasannya kualitas dan keamanan bahan baku sebelum digunakan dalam produksi. Pemantauan kebersihan dan keamanan yang mereka terapkan cukup baik dengan memisahkan tempat pengolahan dan pengepakan produk dengan tempat yang bisa dibilang baik untuk proses pembuatan. Pelatihan karyawan terlebih dahulu untuk memastikan agar produk yang dibuat tidak salah dalam pengolahan, pemantauan dan perbaikan berkelanjutan dimana Travel Umrah Tasikmalaya ini secara teratur memantau kualitas dan melakukan analisis tren agar tidak ketinggalan oleh pesaing. Jika ada masalah yang muncul, mereka langsung mengambil Langkah-langkah perbaikan yang sesuai untuk mencegah masalah tersebut muncul kembali di masa depan. Dilihat dari adanya masukan pelanggan mengenai bungkus yang dipakai ingin memakai kertas agar lebih cinta lingkungan dan mengurangi limbah yang ada, mereka langsung menindak lanjuti mengenai hal tersebut dengan cepat.

2. Minat Calon jamaah

Minat calon jamaah adalah tingkat ketertarikan, keinginan, atau minat yang dimiliki oleh calon pembeli terhadap suatu produk, layanan, merek, atau kategori tertentu. Ini mencerminkan sejauh mana calon jamaah tertarik untuk mempertimbangkan, mencari informasi, dan kemungkinan membeli atau menggunakan suatu produk atau layanan. Minat calon jamaah dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kebutuhan, keinginan, preferensi, dan nilai-nilai calon jamaah. Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat calon jamaah termasuk kualitas produk, reputasi merek, pengalaman pelanggan sebelumnya, harga, promosi, tren, gaya hidup, dan faktor sosial atau budaya.

Penting bagi perusahaan untuk memahami minat calon jamaah dengan baik melalui penelitian pasar dan analisis calon jamaah. Dengan memahami minat calon jamaah, perusahaan dapat mengarahkan strategi pemasaran mereka dengan lebih tepat, menyesuaikan produk atau layanan mereka dengan kebutuhan pelanggan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan membangun loyalitas pelanggan. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, memahami minat calon jamaah adalah kunci untuk menciptakan produk dan layanan yang diminati oleh pasar, memenangkan persaingan, dan mencapai keberhasilan jangka panjang.

Minat calon jamaah terhadap penerapan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan. Jika bisnis Anda berfokus pada penerapan kualitas produk dan pelayanan yang unggul, penting untuk terus memantau umpan balik pelanggan dan melakukan perbaikan jika diperlukan. Keberlanjutan dalam memberikan pengalaman positif kepada pelanggan akan memainkan peran penting dalam membangun dan mempertahankan basis pelanggan yang setia.

Penting bagi bisnis untuk memahami minat calon jamaah secara mendalam melalui riset pasar dan analisis calon jamaah. Dengan memahami minat calon jamaah, bisnis dapat mengarahkan strategi pemasaran mereka dengan lebih efektif, memenuhi kebutuhan pelanggan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Jika bisnis mampu menghadirkan kualitas produk yang baik dan pelayanan yang memuaskan, maka ini akan menjadi dorongan bagi pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. Calon jamaah akan menjadi duta merek yang efektif melalui rekomendasi positif mereka, dan bisnis dapat membangun hubungan jangka panjang yang menguntungkan dengan pelanggan mereka.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti dapatkan dari penjelasan sebelumnya diatas mengenai kualitas produk dan pelayanan yang diberikan Travel Umrah Tasikmalaya kepada calon jamaah bisa dikatakan baik, karena hal inilah yang membuat minat calon jamaah untuk terus membeli paket umrah ini semakin meningkat. Seperti halnya pembelian Travel Umrah Tasikmalaya yang dikirim dari Tasikmalaya ke luar kota seperti Kalimantan, Sumatra hingga Papua itu tentunya Travel Umrah Tasikmalaya yang sudah memiliki calon jamaah yang tetap hingga terus membeli paket umrah ini, tiada lain disebabkan karena calon jamaah yang puas dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan yang membuat pembelian berulang hingga saat ini. Karena mereka merasa percaya dan nyaman dengan produk atau layanan yang mereka terima, sehingga lebih mungkin untuk menjadi pelanggan setia.

3. Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam mengenai kualitas produk dan pelayanan terhadap minat calon jamaah di Travel Umrah Tasikmalaya

Dalam perspektif ekonomi Islam, kualitas produk dan pelayanan memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi minat calon jamaah. Prinsip-prinsip ekonomi Islam mendorong untuk menciptakan produk dan layanan yang bermanfaat, adil, dan berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan calon jamaah dengan cara yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Berikut beberapa aspek dari perspektif ekonomi Islam yang relevan terkait kualitas produk dan pelayanan terhadap minat calon jamaah:

- **Etika Bisnis:** Dalam Islam, etika bisnis sangat ditekankan. Penjual diharapkan untuk memberikan produk dan pelayanan yang jujur, transparan, dan tidak mengecewakan. Kualitas produk dan pelayanan yang baik mencerminkan tanggung jawab etis terhadap calon jamaah.
- **Keadilan Harga:** Dalam ekonomi Islam, harga harus ditentukan dengan adil dan berdasarkan prinsip keadilan. Kualitas yang baik harus sebanding dengan harga yang dibebankan kepada calon jamaah. Hal ini dapat meningkatkan minat calon jamaah karena mereka merasa mendapatkan nilai yang adil dari produk atau layanan tersebut.
- **Berorientasi pada Kepuasan Calon jamaah:**

Ekonomi Islam menekankan pentingnya memenuhi kebutuhan dan keinginan calon jamaah. Bisnis harus fokus pada memberikan kualitas produk dan pelayanan yang memuaskan calon jamaah, bukan hanya mencari keuntungan semata.

- Bukan Hanya Produk, Tapi Nilai Sosial: Selain kualitas produk dan pelayanan, ekonomi Islam juga menekankan pada nilai sosial yang dihasilkan oleh bisnis. Bisnis yang memperhatikan kualitas produk dan pelayanan yang baik dapat memberikan manfaat sosial kepada masyarakat, misalnya dengan menciptakan lapangan kerja atau menyumbangkan sebagian dari laba untuk amal.
- Tanggung Jawab Lingkungan: Dalam ekonomi Islam, bisnis juga diminta untuk bertanggung jawab terhadap lingkungan. Produk dan layanan yang dihasilkan harus ramah lingkungan dan tidak merusak alam.

Secara keseluruhan, perspektif ekonomi Islam mengenai kualitas produk dan pelayanan terhadap minat calon jamaah menekankan pada etika bisnis, keadilan, dan kepuasan calon jamaah. Bisnis yang berpegang pada prinsip-prinsip ini dapat meningkatkan minat calon jamaah, membangun kepercayaan, dan menciptakan hubungan jangka panjang yang berkelanjutan dengan calon jamaah.

Dalam Al-Qur'an, terdapat beberapa ayat dan prinsip yang memberikan panduan mengenai kualitas produk dan pelayanan dalam perspektif ekonomi Islam, yang pada akhirnya mempengaruhi minat calon jamaah. Berikut adalah beberapa dalil Al-Qur'an yang relevan:

- Kualitas dan Kejujuran dalam Perdagangan:

Al-Qur'an menekankan pentingnya kualitas dan kejujuran dalam transaksi perdagangan. Dalam *Q.S Al-Mutaffifin (83:1-3)*:

Artinya: "Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! (1), (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan (2), dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi (3)".

Allah menyebutkan tentang orang-orang yang mengurangi takaran atau timbangan dalam transaksi. Praktik semacam ini menunjukkan sikap tidak jujur dan merugikan calon jamaah. Sebaliknya, ekonomi Islam menganjurkan untuk memberikan kualitas produk yang baik dan jujur dalam transaksi.

- Transaksi yang Adil

Dalam *Q.S An-Nisa' (4:29)* menyatakan:

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu".

Prinsip ekonomi Islam mengharuskan transaksi yang adil dan berkeadilan, di mana kedua belah pihak harus

sepakat secara suka sama suka.

- Bukan Hanya Untung Semata Dalam *Q.S Al-Baqarah (2:188)*: mendapatkan kepercayaan khususnya calon jamaah yang beragama Islam. Dan Travel Umrah Tasikmalaya ini menghindari adanya penipuan terhadap calon jamaah yaitu seperti memberikan informasi yang tidak jujur. Maka dari itu Travel Umrah Tasikmalaya ini selalu memberikan informasi yang jujur mengenai produk yang mereka jual. Seperti, pemasangan gambar yang dipakai di bungkusnya menyantumkan mengenai informasi yang benar baik bahan-bahannya, varian rasa, pelebllan halal, tanggal produksi dan tanggal *exifred* nya. Karena pemilik Travel Umrah Tasikmalaya ini mengutamakan keberkahan dalam usaha yang mereka dapatkan dari memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik kepada calon jamaah.

Simpulan

Travel Umrah Tasikmalaya mempraktikkan manajemen kualitas produk yang baik, termasuk menjaga konsistensi rasa dan ketahanan produk, serta menggunakan paket umrah ramah lingkungan dengan informasi yang akurat dan gambar menarik. Ini mencerminkan komitmen mereka terhadap keamanan makanan, keberlanjutan, dan kepuasan pelanggan. Selain itu, mereka merespons saran dan permintaan calon jamaah dengan cepat untuk memastikan kepuasan pelanggan dan mencegah mereka beralih ke produk lain. Travel Umrah Tasikmalaya juga telah memulai upaya dalam mengintegrasikan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam praktik bisnis mereka, seperti memastikan produk mereka halal dan mematuhi nilai-nilai Islam, dengan tujuan menarik minat calon jamaah yang menghargai aspek-aspek tersebut. *Artinya: "Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang bathil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui".*

Dalam surat Al-Baqarah (2:188), Allah menyebutkan tentang orang-orang yang "makan harta kamu di antara kamu dengan jalan yang bathil" yang menunjukkan praktek mengambil keuntungan dengan cara-cara yang tidak benar. Prinsip ekonomi Islam mengajarkan bahwa bisnis dan perdagangan harus memberikan manfaat yang adil dan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata.

Pada Travel Umrah Tasikmalaya ini jika ditinjau dari perspektif ekonomi islam dimana pemilik produk telah memberikan kualitas produk yang baik dan adil kepada calon jamaah. produk yang berkualitas yang mereka berikan sejauh ini tidak memiliki kualitas rendah atau cacat tidak sesuai dengan ajaran Islam, karena jika Adapun hal tersebut dapat merugikan calon jamaah. Dimana Travel Umrah Tasikmalaya ini juga telah memiliki sertifikat Halal mengenai produk yang

dijual sehingga calon jamaah merasa.

Travel Umrah Tasikmalaya perlu menjaga kualitas produk dan menawarkan harga yang terjangkau agar mempertahankan pelanggan setia. Calon jamaah diharapkan untuk memilih produk dengan selektif berdasarkan kualitas, pelayanan, dan harga yang tetap ekonomis. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya tentang implementasi kualitas produk dan pelayanan dalam perspektif ekonomi Islam.

Referensi

- Supranto dan Nandan Limakrisn. 2011. *Prilaku calon jamaah dan Strategi pemasaran*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Widjoyo, Sandy (ed). 2014. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Calon jamaah Restoran Happy Garden Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Nainggolan Nora Pitri. 2018. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Calon jamaah dalam Membeli Rumah di Kota Batam". *Journal of Accounting & Management Innovation*
- Subagjo Hendrawan Okvianto. 2010. "Studi Pengaruh Daya Tarik J-Rocks dan Brand Attitude Terhadap Minat Beli IM3". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*.
- Mailatul & Widhi. 2023. "Tingkat Suatu dalam Pengaruh Suatu Kualitas dalam Produk, Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan". *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Kewirausahaan, dan Investasi*.
- Departemen Agama RI. 1999. Al-Qur'an dan Terjemahnya, Semarang: PT. Toha Putra, m(AI- Baqarah, 2:275).
- Dwi Suwiknyo. 2010. *Ayat-Ayat Ekonomi Islam (Kompilasi Tafsir)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ibrahim. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif: Panduan Penelitian beserta Contoh Penelitian Kualitatif*, Bandung : Penerbit Alfabeta.