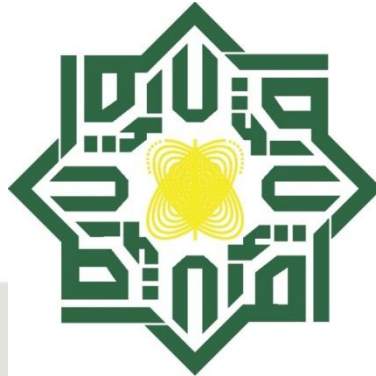




**UPAYA PIMPINAN PT. MULTAZAM WISATA AGUNG KOTA
PADANGSIDIMPUAN DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF
MELALUI PELAYANAN TERHADAP CALON JAMAAH**

© Hak cipta milik UIN

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Melengkapi Persyaratan
Memproleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

MUHAMMAD RIFKI RITONGA

NIM: 11840410551

**PROGRAM STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2023 M/ 1445 H**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Muhammad Rifki Ritonga
NIM : 11840410551
Judul : Upaya Pimpinan PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan Dalam Membangun Citra Positif Melalui Pelayanan Terhadap Calon Jamaah

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 05 Desember 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Sos. pada Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 18 November 2023



Dekan
Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Khairuddin, S.Ag., M.Ag
NIP. 19720817 200910 1 002

Sekretaris/ Penguji II,

Muhlasi, S.Ag., M.Pd.I
NIP. 19680513 200501 1 009

Penguji III,

Zulkarnaini, S.Ag., M.Ag
NIP. 19710212 200312 1 002

Penguji IV,

Muhammad Soim, S.Sos.I, MA
NIK. 130 417 048

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761 562051
Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> Email: fdk@uin-suska.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap penulis skripsi saudara:

Nama : Muhammad Rifki Ritonga
Nim : 11840410551
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Upaya Pimpinan PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan
Dalam Membangun Citra Positif Melalui Pelayanan Terhadap Calon
Jamaah

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Pekanbaru, 09 November 2023
Pembimbing

Perdamaian Hsb., S.Ag., M.A
NIP. 19621124 199603 1 001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

Khairuddin, M. Ag
NIP. 197208 17200910 1 002

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Suska Riau
di- Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan proposal skripsi sebagaimana mestinya terhadap Saudara :

Nama : Muhammad Rifki Ritonga
NIM : 11840410551
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Upaya Pimpinan PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidiempuan Dalam Membangun Citra Positif Melalui Pelayanan Terhadap Calon Jamaah

Kami berpendapat bahwa mahasiswa tersebut dapat mengikuti Ujian Munaqosyah sebagai salah satu syarat untuk mengikuti Ujian Munaqasyah. Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam ujian komprehensif Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pekanbaru, 09 November 2023
Pembimbing,

Perdamaian Hsb., S.Ag., M.A
NIP. 19621124 199603 1 001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

Khairuddin M. Ag
NIP. 197208 17200910 1 002

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Rifki Ritonga
NIM : 11840410551
Tempat/Tanggal lahir : Padangsidempuan, 13 Juni 2000
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Upaya Pimpinan PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan
Dalam Membangun Citra Positif Melalui Pelayanan Terhadap Calon
Jamaah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan karya tulis ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta undang-undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 09 November 2023

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Rifki Ritonga

NIM. 11840410551

ABSTRAK

Nama : Muhammad Rifki Ritonga

Jurusan : Manajemen Dakwah

Judul : Upaya Pimpinan PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan Dalam Membangun Citra Positif Melalui Pelayanan Terhadap Calon Jamaah

Efektifitas dan efisiensi pelaksanaan haji dan umroh di Indonesia dapat dilihat dari segi manajemen sistem yang tersedia. Aspek Manajemen pelayanan calon jamaah sejak pra-keberangkatan hingga kembali ke tanah air menjadi hal penting bagi setiap travel agent untuk diupayakan berbenah guna mendapatkan citra positif dari calon jamaah. PT Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan telah melakukan upaya yang bertujuan mendapatkan citra positif dari calon jamaah haji dan umroh. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya Pimpinan PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan dalam membangun citra positif terhadap calon jamaah. Penelitian yang berlokasi di Padangsidempuan ini menggunakan pendekatan dekriptif kualitatif dengan sumber data penelitian primer berupa hasil wawancara langsung bersama Pimpinan Perusahaan dan data sekunder berupa literatur terkait permasalahan penulisan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh terhadap pembangunan citra positif yang dibuktikan dengan keberadaan ruang tunggu, ruang administrasi, dan ruang konsultasi, serta kegiatan safari dakwah. Selanjutnya diketahui aspek kehandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap pembangunan citra positif yang dibuktikan dengan keberadaan program-program promo terkait haji & umroh, serta kemampuan PT Multazam dalam memecahkan masalah yang dihadapi oleh calon jamaah. Kemudian aspek daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap pembangunan citra positif yang dibuktikan dengan kemudahan akses informasi mengenai promo dan program melalui media sosial, serta terdapat pelayanan yang sigap dan cepat dari karyawan untuk mengatasi masalah calon jamaah. Selanjutnya aspek jaminan (*assurances*) berpengaruh terhadap pembangunan citra positif yang dibuktikan dengan komitmen perusahaan terhadap calon jamaah yakni jaminan keberangkatan dan jaminan keamanan pembayaran dengan sistem DP yang terstruktur dengan baik. Kemudian aspek empati (*empathy*) berpengaruh terhadap pembangunan citra positif yang dibuktikan dengan terdapatnya bakti sosial, pengadaan kegiatan keagamaan dan keadatan.

Kata Kunci: Upaya, Pelayanan, Citra Positif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Muhammad Rifki Ritonga
Department : Manajemen Dakwah
Title : Efforts of The Leadership of PT. Multazam Wisata Agung Padangsidimpuan City in Building a Positive Image Through Services to Prospective Congregants

Efficiency and effectiveness of Hajj and Umrah activity in Indonesia can be analysed by aspect of management system available. Aspect management services for prospective hajj and umrah congregants since pre-departure until returning to the homeland is important for every travel agent to improve in aims to gain a positive image. PT Multazam Wisata Agung Padangsidimpuan city has made efforts aimed at generating a positive image of prospective congregants Hajj and Umrah. The aims of the research is to determine the efforts of leadership of PT Multazam Wisata Agung Padangsidimpuan city in building a positive image on prospective congregants. The research is located in Padangsidimpuan city, used a qualitative descriptive approach with primary research data sources in the form of direct interviews with PT Multazam Wisata Agung leader and secondary data in the form of literature related to writing problems. The results showed that *tangibles* aspect had a significant influences to development of a positive image as evidenced by the existence of waiting room, administration room, consulting room and some missionary safari activities. The results also showed that *reliability* aspect had a significant influences to development of positive image as evidenced by many promo programs about Hajj and Umrah and by the ability of company's employer to help congregants in solving problem. The results also showed that *responsiveness* aspect had a significant influences to development of a positive image as evidenced by social media that make it easier for the congregation to communicate with the company and telling congregants about the happen promo. Then this research concluded that *assurances* aspect had a significant influences to development of positive image as evidenced by company's guarantee to the congregants are departure guarantee and advance payment security guarantee. Then this research also concluded that *empathy* aspect had a significant influences to development of positive image as evidenced by the social service activities, activeness in organizing religious and traditional activities.

Keywords: Efforts, Services, Positive Image

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur Seandainya penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, Atas rahmat taufiq Serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Upaya Pimpinan PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan Dalam Membangun Citra Positif Melalui Pelayanan Terhadap Calon Jamaah**”. Skripsi ini berguna sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Shalawat serta salam tetap terlimpahkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umat-Nya kearah yang benar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini banyak orang-orang tercinta yang telah mendukung dan mendoakan penulis hingga terselesaikannya skripsi ini, Teruntuk yang istimewa kedua orang tua penulis ayahanda Drs. H. Lontung Ritonga dan Ibunda Hj. Marida Afriani Rambe terimakasih atas segala cinta, kasih sayang dan do'a yang telah mengiringi setiap langkah penulis serta mengupayakan segala yang ayah dan ibu punya demi kesuksesan penulis.

Tidak lupa pula penulis haturkan kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuannya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan merampungkan studi di almamater tercinta UIN Suska Riau, Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis ucapkan kepada:

1. Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M. Ag Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya.
2. Prof. Dr. Imron Rosidi, S.P.d., M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Dr. Toni Hartono, M.Si Selaku Wakil Dekan II, Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Khairuddin, M.Ag Selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
4. Muhlasin, S.Ag, M.Pd.I selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Perdamaian Hasibuan, M.Ag selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya di tengah-tengah kesibukannya, dengan ikhlas dan sabar memberikan motivasi dan arahan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
6. Muhlasin, S.Ag, M.Pd.I selaku Penasehat Akademis (PA) yang telah membimbing dan memotivasi serta mengarahkan penulis selama menjalani pendidikan di bangku perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan pada penulis dalam menyelesaikan Studi di Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. H. Muslim Harahap, S.H selaku Pimpinan, Mhd Ikbal Harahap, S.Pd selaku Sekretaris, Irma Suryani Rangkuti, M.Pd selaku Bendahara, Dra. Hj. Nurhamidah Lubis, dan seluruh karyawan PT. Multazam Wisata Agung terimakasih telah mengizinkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teristimewa dan tersayang kepada keluarga besar penulis Zulhamdi Abadan Ritonga, SP beserta istri Epida Sari Harahap, S.Pd dan Rukiyahatul Adawiyah Ritonga, M.Pd beserta suami Fitra Humala Harahap, ST, semoga semuanya senantiasa dalam lindungan dalam lindungan Allah SWT. Terima kasih atas kasih sayang, dukungan, dan motivasi baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S-1 ini.
10. Teman seperjuangan Yoan Zaindanu, S.Pd, Rahmat Rinaldi, S.Pt, Rahmat Kurniawan Ritonga, SP, Fuad Azhari Harahap, Adi Bosar Ritonga, yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis. Dan terima kasih telah menjadi sahabat terbaik penulis.
11. Teman-temanku yang ada di Manajemen Dakwah angkatan 2018, yaitu Anjas Ardana, S.Sos, Syaiful Mahendra, S.Sos, Jaka Arjuna, S.Sos,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Khoiruman Ahada, S.Sos, Muhammad Ronaydi, S.Sos, Alimin, S.Sos, Hakim Pariasang, S.Sos, dan Ilham Fahrozi, S.Sos, dan seluruh teman-teman yang ada di jurusan manajemen dakwah yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu. Semoga kita dalam lindungan Allah SWT.

12. Teman-teman seperjuangan di Manajemen Dakwah 2018, alumni MIN Sadabuan, MTsN 1 Padangsidempuan, MAN 2 Padangsidempuan yang telah menimba ilmu bersama.

13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga semua bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung akan menjadi amal jariah dan mendapatkan pahala yang berlipat ganda di sisi Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semua masukan tersebut akan penulis jadikan motivasi untuk berkarya lebih baik lagi di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi penulis dan bagi pembaca sekalian. *Aamiin Ya Rabbal'alamin.*

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, Desember 2023

Penulis,

MUHAMMAD RIFKI RITONGA

NIM. 11840410551

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| ABSTRAK | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Penegasan Istilah | 3 |
| C. Rumusan Masalah..... | 5 |
| D. Tujuan Penelitian..... | 5 |
| E. Kegunaan Penulisan..... | 5 |
| F. Sistematika Penulisan | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| A. Kajian Terdahulu | 8 |
| B. Landasan Teori | 11 |
| C. Konsep Operasional..... | 21 |
| D. Kerangka Berpikir | 21 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 23 |
| A. Jenis dan Pendekatan..... | 23 |
| B. Lokasi dan Waktu Penulisan | 23 |
| C. Sumber Data Penulisan..... | 23 |
| D. Informan Penelitian | 24 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 24 |
| F. Validitas Data | 25 |
| G. Teknik Analisis Data..... | 27 |
| BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN | 29 |
| A. Sejarah Berdirinya PT. Multazam Wisata Agung | 29 |
| B. Profil PT. Multazam Wisata Agung | 29 |
| 1. Visi, Misi, dan Tujuan PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan..... | 30 |
| 2. Struktur Organisasi PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan | 31 |
| 3. Persyaratan dan Ketentuan-Ketentuan Umrah di PT. Multazam Wisata Agung Cabang Kota Padangsidempuan | 32 |



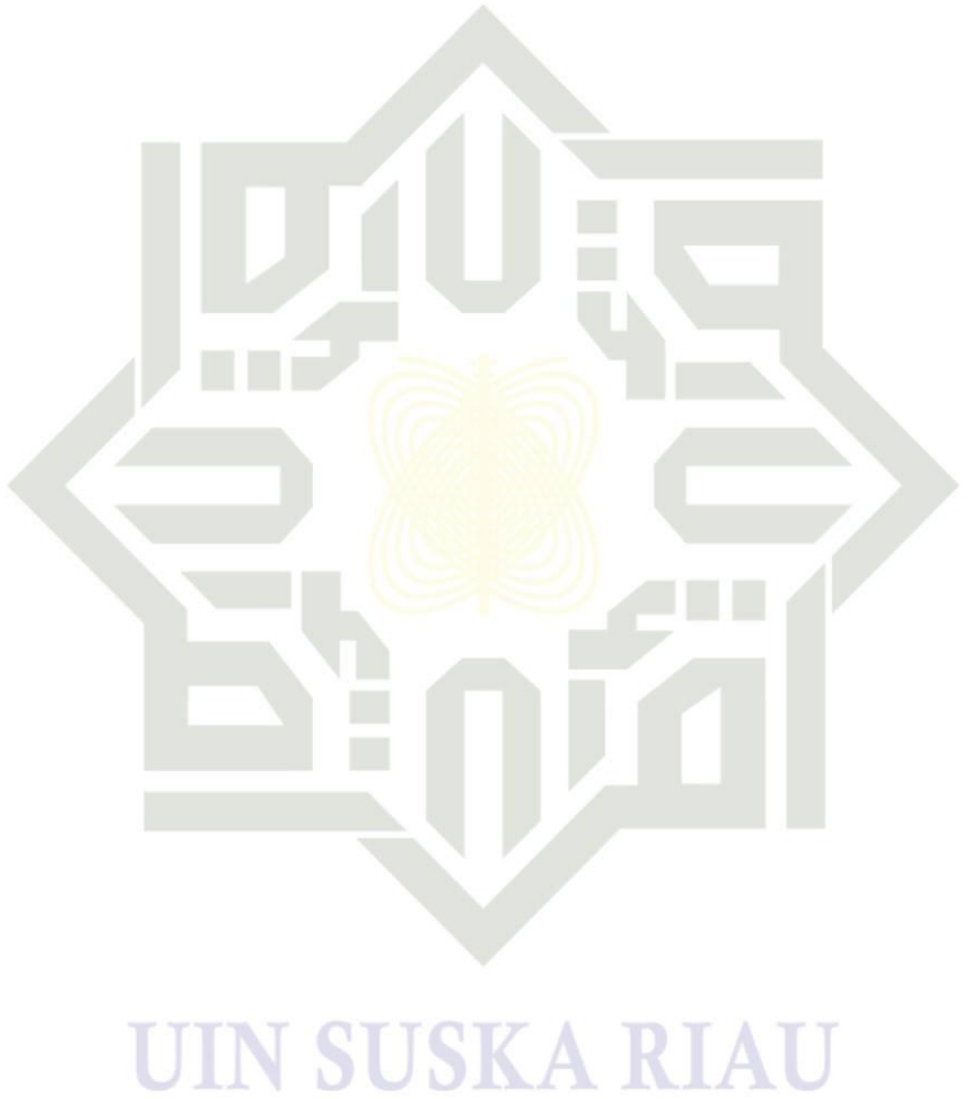
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | |
|---|-----------|
| 4. Program PT. Multazam Wisata Agung..... | 34 |
| BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 36 |
| A. Hasil Penelitian..... | 36 |
| 1. Aspek Bukti Fisik (<i>tangibles</i>) dalam Membangun Citra Positif | 36 |
| 2. Aspek Keandalan (<i>reliability</i>) dalam Membangun Citra Positif | 38 |
| 3. Aspek Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) dalam Membangun Citra Positif..... | 39 |
| 4. Aspek Jaminan (<i>assurances</i>) dalam Membangun Citra Positif..... | 41 |
| 5. Aspek Empati (<i>empathy</i>) dalam Membangun Citra Positif..... | 43 |
| B. Pembahasan | 44 |
| 1. Aspek Bukti Fisik (<i>tangibles</i>) dalam Membangun Citra Positif | 44 |
| 2. Aspek Keandalan (<i>reliability</i>) dalam Membangun Citra Positif | 45 |
| 3. Aspek Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) dalam Membangun Citra Positif | 46 |
| 4. Aspek Jaminan (<i>assurances</i>) dalam Membangun Citra Positif..... | 47 |
| 5. Aspek Empati (<i>empathy</i>) dalam Membangun Citra Positif..... | 48 |
| BAB VI PENUTUP | 50 |
| A. Kesimpulan..... | 50 |
| B. Saran | 51 |
| DAFTAR PUSTAKA | 52 |
| LAMPIRAN..... | 56 |
| Lampiran I Daftar Pertanyaan..... | 56 |
| Lampiran II Transkrip Hasil Wawancara..... | 57 |
| Lampiran III Dokumentasi Kegiatan | 62 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. Kerangka Berpikir | 22 |
| Gambar 2. Struktur Organisasi PT Multazam Wisata Agung Cabang Kota Padangsidempuan | 32 |



- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A Latar Belakang

Ibadah haji merupakan rukun islam yang kelima. Allah SWT menjajikan surga kepada kaum muslim sebagai pahala bagi para Haji mabrur. Jadi seorang muslim yang telah melaksanakan ibadah haji tidak berlebihan, apabila dirinya merasa telah menyempurnakan agamanya. Haji merupakan praktik keagamaan yang sangat penting bagi orang islam dalam kehidupannya. Presentase jamaah haji ini dapat dilihat pada tingginya jumlah jamaah haji pada saat Indonesia justru sedang dilanda krisis ekonomi pada tahun 1998. Presentase ibadah haji itu terlihat pada tahun 1994-1998. Jumlah jamaah pergi haji berada pada rata-rata 70 ribu sampai 100 ribu orang setiap tahunnya. Presentase jumlah jamaah ibadah haji beberapa tahun terakhir pada tahun 1998-2018 ternyata telah meningkat pesat. Jumlah jamaah pergi haji mencapai rata-rata 150 ribu sampai 200 ribu orang lebih pertahunnya.¹

Kegiatan ibadah haji dan umrah mempunyai dua sisi yang harus diperhatikan dalam pelaksanaannya. Standar pelaksanaan saat masih di tanah air adalah aspek penting yang harus diperhatikan pembinaannya. Aspek penting dalam pelayanan ibadah haji adalah jasa. Jasa yang harus diperhatikan antara lain: pembayaran setoran ONH ke bank, pengurusan dokumen haji dan umrah, pemeriksaan kesehatan calon jamaah, bimbingan manasik, materi bimbingan, metode dan waktu bimbingan, penyediaan perlengkapan, dan konsultasi keagamaan. Sedangkan standar pelayanan ibadah haji dan umrah di tanah suci adalah pelayanan akomodasi, transportasi, konsumsi, serta kesehatan.

Namun penyelenggara ibadah haji selama ini dinilai kurang efektif dan efisien. Kualitas pemberian pelayanan dan perlindungan pada jamaah sangat berpengaruh untuk kelanjutan nasib penyelenggara. Tujuan pelaksanaan ibadah haji dan umrah agar selalu sukses dan mencapai target yang ingin dicapai, maka perlu adanya manajemen. Manajemen yang harus diperbaiki adalah dibidang pelayanan, penyuluhan, bimbingan, manasik, dan sebagainya. Sehingga apa yang

¹ Al-Zaziri, Abdul Rahman, Fiqih Empat Madzab Bagian Ibadah (Puasa, Zakat, Haji, Kurba), Cet, ke 1, Jakarta: Darul Ulum Press, 1996.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjadi cita-cita jamaah dalam menunaikan ibadah haji dan umrah ini bisa diperoleh secara sempurna dan memuaskan.

Allah telah mengatakan didalam mushafnya kita sebagai umat manusia dianjurkan untuk menyempurnakan haji dan umrahnya. Maka, peluang inilah yang dilirik bukan saja oleh pemerintah namun juga oleh biro-biro penyelenggaraan berkompetisi untuk menarik simpati jamaah. Kesemuanya itu berlomba-lomba untuk menawarkan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan dengan kelebihan fasilitas yang berbeda untuk sebuah popularitas. Disinilah kemudian lembaga-lembaga itu mengambil peran.²

Menurut UU No. 13 tahun 2008 pasal 2 tentang penyelenggaraan ibadah haji bahwa penyelenggaraan ibadah haji dilaksanakan berdasarkan asas keadilan, profesionalitas dan akuntabilitas dengan prinsip nirlaba. Oleh karena itu, tidak ada larangan bagi pelaku bisnis yang ingin menjadi PIHK asalkan memenuhi peraturan pemerintah dalam mendirikan sebuah biro perjalanan ibadah haji. Banyaknya PIHK yang ada saat ini, menjadikan mereka saling bersaing untuk menjaring pelanggan sebanyak mungkin. Tidak dapat dipungkiri bahwa salah satu faktor yang menjadikan konsumen memilih sebuah perusahaan baik produk maupun jasa adalah mengenai persepsi mereka terhadap perusahaan tersebut. Persepsi masyarakat dari adanya pengalaman, kepercayaan, perasaan, dan pengetahuan masyarakat terhadap perusahaan dinamakan citra.

Citra merupakan salah satu aset terpenting dari perusahaan atau organisasi yang selayaknya terus menerus dibangun dan dipelihara. Citra yang baik merupakan perangkat kuat, bukan hanya untuk menarik konsumen dalam memilih produk atau perusahaan, melainkan juga dapat memperbaiki sikap dan kepuasan konsumen terhadap perusahaan. Perusahaan dapat menjadikan citranya sebagai strategi diferensiasi pelayanan. Strategi diferensiasi adalah strategi yang bertujuan memproduksi barang maupun jasa yang dianggap unik oleh industri. Semakin berbeda citra sebuah perusahaan maka semakin banyak masyarakat yang mengenal dan mengenang perusahaan tersebut.

² Al-Zaziri, Abdul Rahman, Fiqih Empat Madzab Bagian Ibadah (Puasa, Zakat, Haji, Kurba), Cet, ke 1, Jakarta: Darul Ulum Press, 1996.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PT. Multazam Wisata Agung adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa untuk melayani perjalanan haji dan umrah yang sudah memperoleh izin resmi dari Kementerian Agama untuk memberangkatkan haji dan umrah plus. Sehingga banyak biro haji dan umrah yang belum resmi turut serta dalam pembuatan visa dan lain-lain pada PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidimpuan. Perusahaan ini telah menjadi perantara bagi para calon jamaah haji dan umrah agar lebih mudah mengakses pendaftaran dan lebih mudah memilih paket perjalanan haji dan umrah mulai dari harga 30 jutaan.

Dorongan yang bersifat rasional, yakni harga yang sesuai, pelayanan yang memuaskan, dan mendesaknya kebutuhan, sedangkan dorongan konsumen yang bersifat emosional adalah memelihara status dan ingin melindungi diri dari apa yang dikhawatirkan. Adanya kedua dorongan tersebut menyebabkan konsumen berusaha untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan atas pembelian barang dan jasa. Hal ini menimbulkan kewajiban tertentu bagi perusahaan untuk member kepuasan yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Dari penjelasan yang telah terpapar diatas, penulis memiliki perhatian dan rasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang upaya pimpinan PT. Multazam Wisata Agung dalam membangun citra positif melalui pelayanan terhadap calon jamaah ibadah haji dan umrah. Kemudian penulis memilih PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidimpuan sebagai tempat penelitian skripsi ini. PT. Multazam Wisata Agung adalah sebuah Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK) yang memiliki citra positif dikalangan masyarakat menengah keatas ataupun masyarakat menengah kebawah. Hal ini penulis lihat dari kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga yang ditawarkan oleh PT. Multazam Wisata Agung berbeda dengan travel lain. Oleh karena itu tepat kiranya jika penulis memberi judul bagi penelitiannya **“Upaya Pimpinan PT. Multazam Wisata Agung Dalam Membangun Citra Positif Melalui Pelayanan Terhadap Calon Jamaah”**.

B. Penegasan Istilah

Agar penulisan ini lebih terarah, terfokus dan menghindari kesalahan pemahaman dalam pembahasan, perlu dibuat penegasan istilah:

1. Upaya

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia upaya adalah usaha, ikhtiar (untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar, daya upaya). Menurut Tim Penyusunan Departemen Pendidikan Nasional “upaya adalah usaha, akal atau ikhtiar untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar, dan sebagainya.”³

Poerwadarminta mengatakan bahwa upaya adalah usaha untuk menyampaikan maksud, akal dan ikhtisar. Peter Salim dan Yeni Salim mengatakan upaya adalah “bagian yang dimainkan oleh guru atau bagian dari tugas utama yang harus dilaksanakan.”⁴

2. Citra

Citra merupakan salah satu aset terpenting dari Perusahaan atau organisasi yang selayaknya terus menerus dibangun dan dipelihara. Citra yang baik merupakan perangkat kuat, bukan hanya untuk menarik konsumen dalam memilih produk atau Perusahaan, melainkan juga dapat memperbaiki sikap dan kepuasan konsumen terhadap Perusahaan. Perusahaan dapat menjadikan citranya sebagai strategi diferensiasi dalam pelayanan.

Adapun pengertian citra yang lainnya adalah tujuan pokok bagi suatu organisasi atau perusahaan. Pengertian citra itu sendiri abstrak atau intangible, tetapi wujudnya dapat dirasakan dari penilaian baik semacam tanda respek dan rasa hormat dari publik sekelilingnya atau masyarakat luas terhadap organisasi atau perusahaan tersebut dilihat sebagai badan usaha yang profesional, dapat dipercaya, dan dapat diandalkan untuk memberikan pelayanan yang baik.

3. Pelayanan

Pengertian pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada jamaah dengan standar yang sudah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta pasarana yang dimiliki. Banyak perusahaan yang ingin dianggap selalu yang terbaik dimata jamaah. Karena jamaah akan menjadi setia terhadap produk yang akan ditawarkan. Disamping itu, perusahaan berharap pelayanan yang diberikan

³ Indrawan WS, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, Jombang: Lintas Media, 568.

⁴ Peter Salim dan Yeni Salim, (2005) Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Modern English Press, 187.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pada jamaah dapat ditularkan kepada calon jamaah lainnya. Hal ini merupakan promosi tersendiri bagi perusahaan yang berjalan terus secara berantai dari mulut ke mulut. Dengan kata lain, pelayanan yang baik akan meningkatkan image perusahaan dimata jamaahnya. Image ini harus selalu dibangun agar citra perusahaan dapat selalu meningkat.⁵

C. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini penulis memberikan batasan permasalahan yang akan dipaparkan. Hal ini bertujuan untuk menghindari terjadinya perluasan materi yang akan dibahas. Batasan masalah yang akan dibahas adalah tentang upaya pimpinan PT.Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan dalam membangun citra positif melalui pelayanan terhadap calon jamaah. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimanakah upaya pimpinan PT.Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan dalam membangun citra positif terhadap calon jamaah.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya pimpinan PT.Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan dalam membangun citra positif terhadap calon jamaah.

E. Kegunaan Penulisan

Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi pihak yang berkepentingan. Adapun kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Kegunaan akademis/teoritis, penelitian ini diharapkan menjadi rujukan terkait penelitian, serta hasil yang diperoleh, dapat dijadikan acuan atau replika bagi peneliti dimasa yang akan datang dan menjadi peluang untuk perkembangan penelitian-penelitian selanjutnya yang sejenis.
2. Kegunaan praktis, hasil yang diperoleh dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang dapat berguna untuk mengetahui lebih lanjut

⁵ A.S. Moenir, Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia, Cet. Ket-4, Jakarta: Bumi Aksara, 2000.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengenai upaya pimpinan PT.Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan dalam membangun citra positif melalui pelayanan terhadap calon jamaah.

3. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sebaga syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) Manajemen Dakwah guna memperoleh Sarjana Sosial (S.Sos).

F Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika penulisan sehingga memudahkan untuk dipahami. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini penulis mengemukakan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penulisan, serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIRAN

Bab ini penulis mengemukakan kajian teori, kajian terdahulu yang relevan dengan penulisan dan kerangka pikir yang digunakan dalam penulisan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini penulis mengemukakan jenis dan pendekatan penulisan lokasi dan waktu penulisan, sumber data, informan penulisan, teknik pengumpulan data, validitas data teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini penulis mengemukakan gambaran umum dan lokasi penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini penulis mengemukakan hasil penelitian dan pembahasan

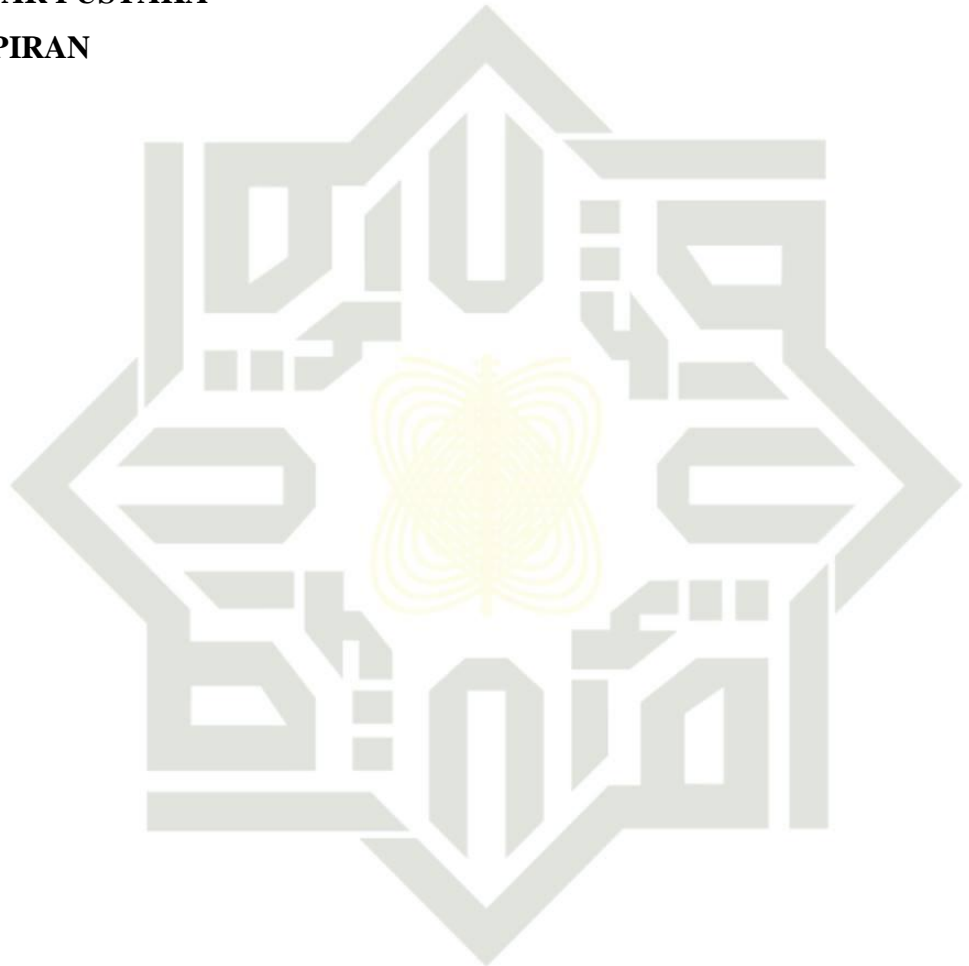
BAB VI

: PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi penulis

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



UIN SUSKA RIAU

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A Kajian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu menjadi rujukan dalam penulisan penelitian ini di antara lain berbentuk skripsi maupun jurnal yang memiliki relevansi terhadap penelitian ini. Berikut merupakan penelitian lain yang identik dengan penelitian ini yakni:

Pertama, Skripsi yang ditulis oleh Maqbullah pada tahun 2021, yang berjudul Strategi Membangun Citra Dalam Rangka Meningkatkan Jamaah Haji Pada Travel Adzikra Jalan RS. Fatmawati Jakarta Selatan. Dimana penelitiannya berfokus pada pembahasan mengenai upaya atau strategi membangun suatu citra. Diantara hasil penelitiannya adalah bahwa Travel Adzikra sebagai objek penelitian telah melakukan Analisa lingkungan internal dan eksternal yang menghasilkan beberapa alternatif strategi/ upaya pelayanan jamaah diantaranya adalah menambah promosi, membeli lahan baru untuk membuka cabang di berbagai tempat, menjaga serta merekrut dai kondang sebagai *brand Ambassador* untuk memikat calon jamaah.

Maqbullah (2021) dalam penelitiannya juga mengungkapkan bahwa terdapat evaluasi strategi dalam upaya optimasi strategi yang telah dibuat demi meningkatkan citra Adzikra Travel di masyarakat. Hasil penelitian yang telah dilakukan juga mengungkapkan bahwa dengan menjaga citra baik yang telah ada Travel Adzikra telah berhasil meningkatkan jumlah jamaah pada setiap tahunnya. Hasil penelitian lainnya yang telah dilakukan oleh Maqbullah (2017) mengungkapkan bahwa semakin baik citra yang ada di suatu Travel Agent, maka semakin banyak pula jamaah *Travel Agent* tersebut. Hal tersebut dibuktikan dengan peningkatan citra berdasarkan evaluasi dari jamaah yang telah memakai Travel Adzikra yang menyatakan kepuasannya terhadap pelayanan *travel agent* tersebut sebagai akibat dari penjagaan citra yang baik.

Namun, penelitian yang telah dilakukan oleh Maqbullah lebih berfokus pada strategi peningkatan jumlah jamaah melalui pembangunan citra. Sementara penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berfokus kepada upaya suatu *Travel Agent* yakni PT. Mulatazam Wisata Agung Kota Padangsidimpuan Dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Membangun Citra Positif Melalui Pelayanan Terhadap Calon Jamaah. Selain pada objek penelitian, perbedaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan Maqbullah adalah tujuan pembangunan Citra positif. Maqbullah dalam penelitiannya lebih menegaskan pembangunan citra positif sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan jumlah jamaah, sementara penelitian ini akan dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pelayanan terhadap jamaah. Perbedaan lainnya adalah lokasi penelitian serta informan penelitiannya. Kesamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian Maqbullah terletak pada pembahasan mengenai pembangunan citra positif pada suatu *travel agent*.

Kedua, Skripsi yang ditulis oleh Ega Cindy Claudia pada tahun 2021, yang berjudul Strategi *Public Relations* AET Travel Dalam Membangun Citra Dan Kepercayaan Jamaah Haji Dan Umroh Di Kota Pekanbaru. Beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan diantaranya yaitu *publication* dari Travel AET telah menggunakan media sosial seperti *facebook*, *Youtube*, *Instagram*. AET Travel juga telah menerapkan publikasi melalui *whatsapp* yang disimpulkan sebagai publikasi paling efektif. Penelitian tersebut menerapkan teori *Impression Management* sebagai metode penelitian.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Ega Cindy Claudia (2021) lebih berfokus pada sisi *public relation* dan realisasi *PENCILS (Publication, Event, News, Community Involvement, Inform or Image, Lobbying & Negotiation, Social Responsibility)* sebagai bagian dari penerapan *Impression Management* dalam melaksanakan penelitiannya. Hal tersebut terlihat dari beberapa hasil penelitian lain yakni AET Travel sebagai objek penelitian melakukan pendekatan persuasif dan emosional pada jamaah untuk merealisasikan *Lobbying* dan *Negotiation*. Keberhasilan AET Travel dalam menerapkan strategi *public relation* tersebut menurut penelitiannya terbukti dari dominasi kesan positif yang ditemukan pada jamaah *travel agent* terkait.

Selain objek penelitian, tujuan penelitian yang akan dilakukan ini dengan yang telah dilakukan oleh Ega adalah hal mendasar yang menjadi pembeda. Penelitian yang akan dilakukan berfokus pada upaya pembangunan citra positif ditujukan pada peningkatan pelayanan jamaah, sementara yang telah dilakukan oleh Ega bertujuan untuk mengetahui strategi *Public Relation* AET Travel dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membangun suatu citra dan kepercayaan jamaah. Penempatan upaya pembangunan citra pada penelitian Ega Cindy Claudia adalah sebagai tujuan akhir yang ingin dicapai dari penerapan suatu strategi *public relation*, sementara penelitian yang akan dilakukan menempatkan pembangunan citra positif sebagai alat untuk menapai pelayanan prima bagi jamaah.

Ketiga, Skripsi yang ditulis oleh Maulida Utama pada tahun 2020 yang berjudul Strategi Membangun Citra untuk Meningkatkan Pelayanan Jamaah Haji Pada PT Madinah Iman Wisata Tangerang Selatan. Penelitian yang telah dilakukan oleh Maulida Utami hampir sama dengan yang akan dilakukan, dimana Strategi membangun citra diperuntukkan pada peningkatan pelayanan jamaah haji/ umroh pada masing-masing objek penelitian.

Diantara hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Maulida Utami adalah Strategi Pelayanan Jamaah Haji PT. Madina Imam Wisata sebagai objek penelitian yakni melaksanakan secara konsisten prinsip kualitas pelayanan, membuat promosi menarik sebagai mitigasi terhadap ancaman dari perusahaan lain, menjalin Kerjasama dengan perusahaan lain, melakukan evaluasi pada struktur organisasi perusahaan, dan seterusnya. Sementara itu terdapat upaya dari PT Madinah Imam Wisata dalam membangun citra positif diantaranya adalah dengan membuat promosi produk secara jujur, menjalin silaturahmi dengan jamaah, membuat komunitas alumni Jamaah, memberikan kontribusi nyata bagi jamaah masjid sekitar, serta melakukan hal tersebut secara konsisten.

Hal mendasar yang membedakan penelitian yang akan dilakukan dengan yang telah dilakukan oleh Maulida Utami (2020) adalah Objek penelitian. Penelitian yang akan dilakukan oleh penelitian menempatkan PT Multazam Wisata Agung sebagai objek penelitian, sementara itu Maulida Utami melakukan penelitian pada PT Madinah Imam Wisata. Lokasi penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah pada Kota Padang Sidempuan, sementara Maulida Utami melakukan penelitian di Ruko Harvest Bintaro, Ciputat, Tangerang Selatan, Banten.

Keempat, Jurnal Ilmiah Manajemen yang ditulis oleh Affandi Haris pada tahun 2020 dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM dan Citra Kantor Pelayanan Pajak Pratama

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru Senapelan. Kesamaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan berkaitan dengan hubungan pelayanan terhadap citra perusahaan. Kesamaan lainnya adalah parameter yang dijadikan sebagai tolak ukur citra objek penelitian. Diantara hal pembeda penelitian ini dengan yang akan dilakukan adalah teknik analisa data, dimana penelitian ini menggunakan metode analisis SEM dengan WarPLS sementara penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Kemudian objek penelitian ini adalah organisasi dari instansi Negara KPP Pratama Pekanbaru, sementara objek penelitian yang akan dilakukan adalah Pimpinan PT Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan.

Diketahui bahwa hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa bukti fisik, reabilitas, responsibilitas, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap organisasi perusahaan. Kemudian diketahui bahwa kepuasan Wajib Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra organisasi.

Kelima, Jurnal yang ditulis oleh Heru S H, dkk pada tahun 2020 dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Citra Organisasi pada Pusat Informasi Maritim TNI. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dimensi kualitas layanan yang terdiri dari bukti konkret (fisik), keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Kesamaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan adalah parameter yang dijadikan sebagai tolak ukur citra objek penelitian. Kesamaan lainnya adalah penelitian ini dan yang akan dilakukan sama-sama meneliti tentang upaya pelayanan dalam membangun citra positif objek penelitian. Namun perbedaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan adalah metode penelitian yang dilakukan merupakan metode kuantitatif, sementara metode pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif.

B Landasan Teori

1. Upaya

Diketahui dari kamus besar bahasa Indonesia bahwa Upaya adalah usaha, usaha (untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan

keluar, dan sebagainya). Sedangkan pengertian Meningkatkan adalah menaikkan derajat, taraf, dsb).⁶

Sementara itu menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III tahun 2003 yang dimaksud dengan “Upaya adalah usaha (untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar); daya upaya”. Menurut Poerwadarminta, upaya adalah usaha untuk menyampaikan maksud, akal dan ikhtisar. Upaya merupakan segala sesuatu yang bersifat mengusahakan terhadap sesuatu hal supaya dapat lebih berdaya guna dan berhasil guna sesuai dengan maksud, tujuan dan fungsi serta manfaat suatu hal tersebut dilaksanakan.⁷

Upaya menurut Wahyu Baskoro merupakan usaha atau syarat untuk menyampaikan sesuatu atau maksud (akal, ikhtiar).⁸ Menurut Tim Penyusun Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa (1991:1109) kata upaya dimaknai sebagai usaha akal ikhtiar (untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar, dsb); daya upaya.⁹

Upaya memiliki keterkaitan dengan penggunaan sarana dan prasarana dalam menunjang kegiatan tersebut, agar berhasil maka digunakan suatu cara, metode dan alat penunjang yang lain. Dari beberapa pengertian di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa upaya merupakan suatu kegiatan atau usaha dengan menggunakan segala kekuatan yang ada dalam mengatasi suatu masalah atau mewujudkan suatu ide atau merencanakan suatu tujuan.

2. Pelayanan

a. Definisi Pelayanan

Pelayanan umum atau *public service* diartikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di

⁶ Depdiknas, 2011: “Pembinaan Pendidikan Karakter di Sekolah Menengah Pertama” (Jakarta: Dirjend Dikdasmen), 1534.

⁷ W.J.S, Poerwadarminta, 1991: “Kamus Umum Bahasa Indonesia” (Jakarta: Balai Pustaka), 574.

⁸ Wahyu Baskoro, 2005: Baskoro, Wahyu. 2005. “Kamus Lengkap Bahasa Indonesia” (Jakarta: Setia Kawan), 902.

⁹ TIM Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1998. “Kamus Besar Bahasa Indonesia” (Jakarta: Balai Pustaka), 1109.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

pusat, di daerah dan di lingkungan badan usaha milik Negara atau badan usaha milik daerah, dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam upaya melaksanakan ketentuan peraturan perundang-undangan.¹⁰

Sementara itu Ivancehich et al mendefinisikan pelayanan sebagai produk-produk yang tidak kasat mata yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan. Sementara itu Gronroos mendefinisikan pelayanan sebagai serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat dari adanya interaksi antara karyawan dengan konsumen atau perihal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan tertentu baik dari sisi konsumen maupun perusahaan itu sendiri.¹¹

Pelayanan secara defenitif menurut peneliti adalah suatu kegiatan yang berorientasi pada kesan positif atas dasar interaksi yang terjadi antara konsumen dengan perusahaan tertentu. Pelayanan juga dapat diartikan sebagai upaya manusia atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan dalam memberikan serta mendapatkan kesan positif.

Sebagai upaya memenuhi kepentingan seringkali tidak dapat dilakukan sendiri melainkan memerlukan bantuan berupa perbuatan orang lain. Perbuatan orang tersebut yang dilakukan atas permintaan dapat disebut pelayanan. Pelayanan dikatakan merupakan serangkaian kegiatan atau dalam kalimat lain pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan dalam bermasyarakat.¹²

Strategi pelayanan merupakan suatu cara yang digunakan dalam kepuasan konsumen. Konsumen memiliki peranan penting dalam hal pelayanan. Kepuasan konsumen memiliki situasi membandingkan antara hasil yang didapatkan dan hal yang dikorbankan. Bagi perusahaan-perusahaan, kepuasan adalah faktor penting

¹⁰ Indo Yama Nasarudin, Hemmy Fauzan, 2006. "Pengantar Bisnis dan Manajemen" (Jakarta: UIN Jakarta Press) 171-172.

¹¹ Ratminto dan Atik Septi Winarsih, 2007. "Manajemen Pelayanan" (Jakarta: Pustaka Pelajar), 2.

¹² Moenir, 2010. "Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia" (Jakarta: Bumi Aksara), 26.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam menarik konsumen lain. Kepuasan juga memiliki peran dalam menentukan kualitas produk atau jasa.¹³

Menurut Tjiptono, kepuasan konsumen memiliki tiga unsur. Tiga unsur tersebut terdiri dari :¹⁴

- a. Kesesuaian harapan;
- b. Minat berkunjung kembali, dan
- c. Kesiediaan merekomendasikan

Ketiga unsur tersebut berperan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan hasil yang lebih dari apa yang dikorbankan pelanggan. Hal ini dikarenakan, kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli lagi produk atau jasa yang sama. Menurut Fandi Tjiptono terdapat beberapa elemen kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut :

a. Bukti Fisik

Menurut Tjiptono (2006), bukti fisik (*tangible*) merupakan meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Hal ini bisa berarti penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan front office, tersedianya tempat parkir, keberhasilan, kerapian, kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan. Prasarana yang berkaitan dengan pelayanan pelanggan juga harus diperhatikan oleh manajemen perusahaan. Gedung yang megah dengan fasilitas pendingin (AC), alat telekomunikasi yang canggih atau perabot kantor yang berkualitas, dan lain-lain menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih suatu produk jasa.

Bukti fisik juga bisa diartikan sebagai kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

b. Keandalan

Menurut Tjiptono (2006), keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

¹³ Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2014), 353.

¹⁴ Ibid. 101.

Hasil ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.

Dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan produk/jasa yang handal. Produk/jasa jangan sampai mengalami kerusakan atau kegagalan. Dengan kata lain, produk/jasa tersebut harus selalu baik. Para anggota perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa ditipu. Selain itu, pemasar harus tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada pelanggan. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati. Oleh karena itu, *time schedule* perlu disusun dengan teliti.

c. Daya Tanggap

Menurut Tjiptono (2006), daya tanggap (*responsiveness*) merupakan keinginan para staff untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tangap. Daya tanggap dapat berarti respon atau kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, dan yang meliputi kesiapan para karyawan dalam melayani pelanggan. Kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan.

Para anggota perusahaan harus memperhatikan janji spesifik kepada pelanggan. Unsur lain yang juga penting dalam elemen cepat tanggap ini adalah anggota perusahaan selalu siap membantu pelanggan. Apapun posisi seseorang di perusahaan hendaknya selalu memperhatikan pelanggan yang menghubungi perusahaan.

d. Jaminan

Menurut Tjiptono (2006), jaminan (*assurances*) merupakan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff; bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan. Pada saat persaingan sangat kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian bidang masing-masing. IBM (*International Business Machines Corporation*) sangat menekankan faktor-faktor tersebut kepada para teknisi yang menangani pemasangan dan layanan purna jual. Faktor

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



security, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada pelanggan merupakan hal yang penting pula.

e. Empati

Menurut Tjiptono (2006), empati (*empathy*) merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen. Setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung. Dering telepon usahakan maksimal tiga kali, lalu segera dijawab. Ingat, waktu yang dimiliki pelanggan sangat terbatas sehingga tidak mungkin menunggu terlalu lama.

Inti dari dimensi ini adalah bagaimana perusahaan meyakinkan pelanggannya bahwa mereka itu adalah unik dan istimewa dan dapat digambarkan dengan perhatian secara personal kebutuhan spesifik dan terhadap keluhan terhadap pelanggan.

b. Aktivitas Pelayanan

George S. Odiome menyatakan aktivitas sebagai suatu proses menggunakan keahlian dan teknik yang dapat mengubah bahan menjadi sesuatu dalam wujud jasa atau barang yang berguna. Aktivitas juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan individu atau kelompok yang dilakukan secara terus-menerus untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁵

Sementara itu aktivitas pelayanan didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh manajemen dalam rangka pencapaian tujuan yang telah direncanakan dan ditetapkan. Suatu layanan harus bersifat aktif dan dinamis karena objek pelayanan pada hakekatnya adalah manusia baik secara berkelompok atau individu. Oleh karena itu, aktivitas merupakan perwujudan antara rencana/ gagasan dan kenyataan, atau *input* dan *output*.¹⁶

c. Bentuk Pelayanan

¹⁵ Moenir, 2010. "Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia" (Jakarta: Bumi Aksara), 163.

¹⁶ Nina Rahmayanti, 2013. "Manajemen Pelayanan Prima" (Yogyakarta: Graha Ilmu), 2.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Suatu aktivitas pelayanan yang baik tidak terlepas dari hal-hal yang berkaitan dengan lisan dan tulisan serta tindakan yang diberikan untuk memikat calon pelanggan. Berikut merupakan kriteria pelayanan yang baik berdasarkan bentuk pelayanan:¹⁷

a) Layanan dengan lisan

Layanan dengan lisan dapat dilakukan oleh petugas dibidang humas, bidang layanan informasi, dan bidang lain yang berkaitan dengan pemberian penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan. Supaya layanan lisan berhasil sesuai dengan yang diharapkan, terdapat syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku layanan. Layanan secara garis besar dari segi teknis pelaksanaan yang terjadi langsung di lapangan.

b) Layanan dengan tulisan

Terdapat 2 jenis layanan dengan lisan yaitu layanan dalam bentuk petunjuk yang harus diketahui umum dan layanan dalam bentuk surat menyurat. Layanan dalam bentuk surat menyurat hendaknya mengikuti pedoman yang berlaku dalam tata persuratan baik yang bersifat umum maupun khusus.

c) Layanan dengan tindakan/perbuatan

Berkaitan dengan layanan dalam bentuk perbuatan, perlu disertai kesungguhan dalam melakukan pekerjaan, keterampilan, dan pelaksanaan pekerjaan dan disiplin dalam hal waktu, prosedur, dan metode yang telah ditentukan, agar hasil yang diharapkan memenuhi syarat atau ketentuan yang memuaskan bagi yang berkepentingan.

d) Citra

a) Definisi Citra Perusahaan

Soemirat dan **Ardianto** mendefinisikan citra sebagai suatu cara pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, banker, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok,

¹⁷ Moenir, 2010. "Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia" (Jakarta: Bumi Asmara), 172.

asosiasi dagang dan gerakan pelanggan sektor perdagangan mempunyai pandangan terhadap perusahaan.¹⁸

Sementara itu dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) Citra diartikan sebagai (1) kata benda: gambar, rupa, gambaran; (2) Kesan mental atau bayangan bbisual yang timbul akibat suatu kata, frase atau kalimat dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi; (3) gambaran organisasi atau produk.

Kemudian menurut **Lawrence** (dalam **Sutojo**) citra perusahaan menjadi landasan fundamental bagi mayoritas orang dalam mengambil keputusan penting. Setiap perusahaan mempunyai keunikan citra masing-masing. Citra tersebut dapat berpredikat baik, sedang ataupun buruk. **Lawrence** juga mengatakan bahwa bagi perusahaan (dalam **Sutojo**), citra dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan, seseorang terhadap perusahaan yang didasari pada apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang perusahaan yang bersangkutan”. Hal tersebut menunjukkan bahwa citra perusahaan menjadi salah satu prinsip yang harus dipegang banyak orang dalam mengambil keputusan, sehingga persepsi yang ada harus bersifat positif sehingga dapat melahirkan citra baik yang diharapkan.¹⁹

Secara retorik terdapat perbedaan pengungkapan terhadap defenisi citra berdasarkan uraian diatas. Namun pada dasarnya kesemua perbedaan defenisi tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan secara esensial bahwa citra merupakan suatu pandangan, kesan, respon dan persepsi masyarakat atau pelanggan terhadap suatu perusahaan. Hal tersebut termasuk kepada jenis produk, penawaran, kualitas komunikasi staff dan hal-hal fisik lain dari perusahaan secara menyeluruh. Pada hakekatnya citra perusahaan dapat berbeda menurut setiap individu yang menjadi konsumen bagi perusahaan tersebut.

b Karakteristik Citra

¹⁸ Soeirat dan Ardianto, 2004. “Strategi Membangun Citra Perusahaan” (Jakarta: Universitas Terbuka), 39.

¹⁹ Siswanto Sutojo, 2004. “Membangun Citra Perusahaan” (Jakarta: Damar Mulia), 40.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Citra merupakan sesuatu yang abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara sistematis namun memiliki wujud yang dapat dirasakan sebagai hasil dari suatu penelitian dan penilaian baik atau buruk. Citra dapat berupa penerimaan dan tanggapan positif maupun negatif masyarakat luas secara umum.²⁰ Penelitian terhadap citra hanya dapat dilakukan dengan citra itu sendiri. Seperti tanggapan masyarakat terhadap produk suatu perusahaan, tanggapan masyarakat terhadap arsitektur perusahaan atau tanggapan masyarakat terhadap aktivitas komunikasi yang dilakukan karyawan perusahaan.

Akan tetapi penelitian untuk mencakup keseluruhan citra perusahaan tersebut di antaranya yaitu apakah positif atau negatif di mata masyarakat harus dilakukan dengan pengamatan yang mendalam. Apabila masyarakat percaya terhadap profesionalitas pemahaman tersebut, maka dapat disimpulkan perusahaan tersebut memiliki citra positif dan berlaku sebaliknya.

c. Faktor Pembentuk Citra

Citra sebagai hasil penilaian terhadap perilaku individu dapat terbentuk berdasarkan hal-hal berikut:²¹

1) Identitas

Identitas dapat dibagi menjadi dua, identitas fisik dan nonfisik. Identitas fisik terdiri dari nama, motto, tag line, logo, akronim, pilihan font, warna, simbol, lagu dan lain lain. Sedangkan identitas non fisik adalah filosofi, sejarah, nilai, budaya, serta kepercayaan yang biasanya disematkan dalam identitas fisik.

2) Manajemen Organisasi

Pada hal ini adalah visi, misi, sistem pengambilan keputusan, struktur organisasi, sistem pelayanan, positioning organisasi, dan sebagainya.

3) Pola Komunikasi

²⁰ Rosady Ruslan, 1999. "Praktik dan Solusi *Public Relation* dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra" (Jakarta: Ghalta), 50.

²¹ Roping el Ishaq, 2017. "*Public Relation* Teori dan Praktik" (Jawa Timur: Intrans Publishing), 162-163.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menejemen organisasi yang diterapkan dalam sebuah organisasi pada akhirnya menentukan pola komunikasi suatu organisasi. Setiap perusahaan akan menerapkan pola komunikasi yang berbeda-beda, baik itu internal ataupun eksternal. Pola komunikasi menjadi pembentuk citra tertentu dan juga pola pembentukannya tidak terasa.

4) Kualitas Produk

Kualitas produk dan layanan organisasi atau perusahaan sangat tergantung pada segmentasi organisasi. Segmentasi sangat berkaitan erat dengan produk yang akan dihasilkannya. Karakter produk menjadi salah satu faktor pembentuk citra suatu organisasi atau perusahaan.

d. Citra Dalam Perspektif Islam

Penyelenggaraan ibadah haji menurut UU No. 13 tahun 2008 pasal 2 dilaksanakan berdasarkan asas keadilan, profesionalitas dan akuntabilitas dengan prinsip nirlaba. Oleh karena itu, tidak ada larangan bagi pelaku bisnis yang ingin menjadi PIHK dengan memenuhi peraturan pemerintah dalam mendirikan sebuah biro perjalanan ibadah haji. Jumlah PIHK yang bertambah setiap tahun menjadikan mereka saling bersaing untuk menjaring pelanggan sebanyak mungkin. Hal mendasar yang menjadikan konsumen memilih sebuah perusahaan baik produk maupun jasa adalah mengenai persepsi mereka terhadap perusahaan tersebut.

Opini manusia kepada sesuatu pasti tergantung dengan keadaan yang dialaminya. Setiap perusahaan pasti berharap manusia (pelanggan) dapat menilai perusahaannya dengan baik. Manusia akan menilai baik apabila perusahaan itu baik menurutnya. Manusia akan menilai buruk usaha seseorang apabila dirasa perusahaan itu tidak baik menurutnya. Segala sesuatu akan diberikan sesuai dengan ukuran atau takarannya. Pandangan manusia bergantung dengan keadaan yang dialaminya. Perusahaan akan memberikan yang terbaik untuk mendapatkan penilaian manusia itu sendiri. Pada intinya semua penilaian manusia sesuai dengan ukurannya seperti yang firman Allah SWT sebagai berikut :

بِقَدْرِ خَلْقِنُهُ شَيْءٍ كُلِّ إِنَّا

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sesungguhnya Kami menciptakan segala sesuatu menurut ukuran.
(Q. S Al Qamar, 54:49)²²

C Konsep Operasional

Konsep operasional adalah suatu instruksi dalam melakukan penelitian, berbentuk kata-kata yang menggambarkan suatu gejala yang diamati diuji dan ditentukan kebenarannya oleh si peneliti. Konsep operasional disebut juga sebagai kerangka konsep, konsep pemikiran, atau konsep penelitian. Definisinya sangat beraneka ragam sesuai dengan pendapat para ahli.

Husein Umar mendefinisikan konsep operasional sebagai bentuk penentuan dari suatu konstruksi sehingga menjadi variabel ataupun sesuatu yang dapat diukur.²³ Berbeda dengan pendapat **Asep Hermawan** yang menyatakan bahwa konsep operasional merupakan penjelasan Bagaimana peneliti bisa mengukur suatu variabel Baik itu dengan angka maupun atribut tertentu.²⁴ Bagian ini biasanya dimasukkan di bab pendahuluan, karena termasuk salah satu bagian perencanaan Sebelum melakukan penelitian.

D. Kerangka Berpikir

Kerangka pikir merupakan keseluruhan proses penelitian yang telah diidentifikasi sebagai masalah atau sebagai model konseptual mengenai hubungan teori dengan berbagai faktor atau variabel yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang dianggap penting disebut sebagai kerangka berpikir.

Padangsidempuan merupakan kota dengan jumlah travel haji & umroh yang cukup banyak beroperasi, sehingga membuat persaingan dalam sektor bisnis jasa tersebut semakin meningkat. Diperlukan upaya yang relevan terhadap perkembangan zaman dan kondisi lingkungan serta sosial agar dapat memberikan pelayanan yang baik sehingga menghasilkan citra yang baik dari jamaah kemudian menaikkan jumlah jamaah. Berdasarkan uraian tersebut diatas maka dapat divisualisasikan dalam sebuah bagan kerangka pemikiran sebagai berikut:

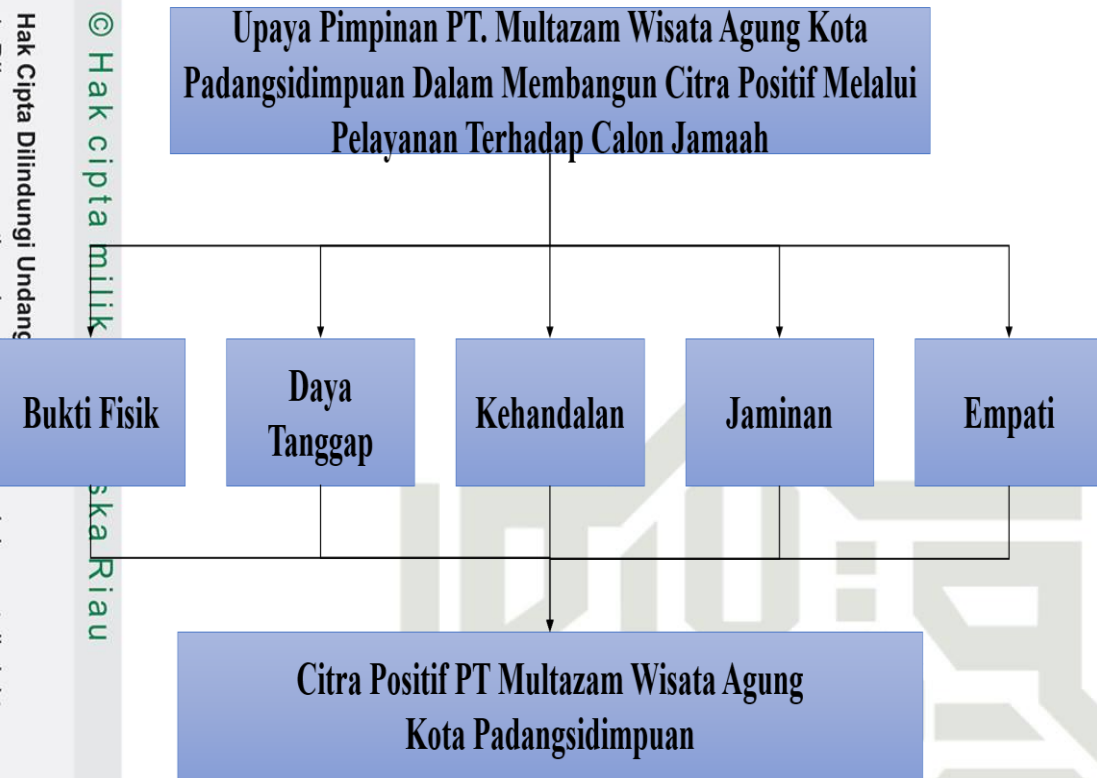
²² Al-Qur'an Digital.

²³ Husein Umar, 2008. "Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis" (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), 58.

²⁴ Asep Hermawan, 2005. "Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif"

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis dan pendekatan penulisan yang digunakan pada penulisan ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan atau memaparkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fenomena-fenomena yang diangkat dalam penulisan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (Field Research), yang mengumpulkan data dengan cara menggali data secara intensif yang disertai analisis dari data ataupun informasi yang telah dikumpulkan di lokasi penelitian.

Jenis penelitian ini menggunakan metode pendekatan penulisan kualitatif. Penulisan kualitatif adalah penulisan yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penulisan misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.²⁵

B. Lokasi dan Waktu Penulisan

Dalam sebuah penulisan ilmiah lokasi dan waktu penulisan menjadi model utama sebagai sasaran bahan kajian. Lokasi penelitian ini dilakukan di P. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan, adapun waktu penulisan ini dilakukan setelah proposal diseminarkan.

C. Sumber Data Penulisan

Ada dua macam sumber data yang penulis ambil sebagaimana dalam penulisan kualitatif yaitu data primer dan data sekunder. Adapun sumber data tersebut sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer yaitu sumber data yang langsung yang dikumpulkan oleh penulis dari sumber pertanyaannya. Terkait dengan penulisan ini, data primer didapatkan dengan wawancara langsung kepada para informan penulis.

²⁵ Kuntjojo, Metode Penulisan, (Kediri: Universitas Nusantara PGRI, 2009), 15.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data mengenai informasi dari instansi terkait, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen, beberapa buku, bulletin, laporan-laporan, foto dan lain-lain yang terkait dengan permasalahan penulisan.²⁶

D. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan penulis, baik pertanyaan tertulis maupun lisan.²⁷ Informan penulisan merupakan subjek yang memahami informasi objek penulisan sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penulisan.²⁸ Informan dalam penulisan ini berjumlah 5 orang diantaranya: Ketua PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan, sekretaris, bendahara, anggota, dan calon jamaah.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah bahan informasi untuk proses berpikir gambling (eksplisit) kemungkinan-kemungkinan pemecahan, persoalan, atau keterangan sementara yang sudah disusun harus diuji melalui pengumpulan data yang sudah relevan atau ada kaitannya. Ada beberapa macam teknik dalam pengumpulan data, dalam penulisan ini teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu:²⁹

1. Wawancara

Wawancara atau interview adalah suatu cara untuk mengumpulkan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan kepada sumber data, dan sumber data juga memberikan jawaban secara lisan pula.³⁰ Wawancara dilaksanakan secara lisan dan tatap muka secara individual maupun kelompok. Tujuannya untuk menghimpun data dan mendapatkan informasi secara langsung dari responden. Data yang diperoleh dari wawancara sebagai data penguat dari

²⁶ Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penulisan*, 84.

²⁷ Arry Pongtiku, Dkk, *Metode Penulisan Kualitatif Saja*, (Nulisbuku.com,2016), 90

²⁸ Burhan Bungin, *Penulisan Kualitatif*, (Jakarta: Kencana,2007), 76

²⁹ Arry Pongtiku, Dkk, *Metode Penulisan Kualitatif Saja*, 99

³⁰ Eri Barlian, *Metodologi Penulisan Kualitatif dan Kuantitatif*, 53

pengamatan yang dilakukan dan sebagai pendukung penjelas dari permasalahan yang diteliti.³¹

Pelaksanaan wawancara bisa secara Individual atau kelompok. Dalam interview secara individual maupun kelompok tersebut penulis sebagai interviewer bisa melakukan interview secara directive. Artinya, penulis selalu berusaha mengarahkan tapi pembicaraan sesuai dengan fokus permasalahan yang mau dipecahkan. Proses interview atau wawancara penulis lakukan untuk mendapatkan data dari informan tentang upaya pimpinan PT.Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan dalam membangun citra positif melalui pelayanan terhadap calon jamaah.

Dalam hal ini, penulis mengajukan pertanyaan kepada informan, terkait mengenai penulisan yang dilakukan. Sedangkan informan bertugas untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara. Meskipun demikian informan berhak untuk tidak menjawab pertanyaan yang menurutnya privasi atau rahasia.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.³² Dokumen juga digunakan sebagai sumber informasi dalam penulisan kualitatif. Banyak sekali dokumen yang dipakai oleh penulis kualitatif. Tugas utama adalah mengidentifikasi, menemukan lokasi dan cara untuk memperolehnya.

E. Validitas Data

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penulisan dengan yang dilaporkan oleh penulis. Untuk menetapkan kebenaran data, diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan yaitu:

1. Kepercayaan(*credibility*)

³¹ Arry Pongtiku, Dkk, *Metode Penulisan Kualitatif Saja*, 100

³² Sandu Siyoyo, *Dasar Metodologi Penulisan*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 83.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kepercayaan merupakan teknik yang dilakukan oleh penulis untuk memberikan derajat kepercayaan akan data yang diperoleh penulis. Pada dasarnya kepercayaan data dilakukan dengan cara :

- a. Keikutsertaan penulis dalam objek penulisan
- b. Ketekunan pengamatan dalam memperoleh data
- c. Melakukan triangulasi

Kepercayaan digunakan untuk menjamin kebenaran data dari *purposive sampling* yang digunakan pada informan.³³

2. Keteralihan(*Transferability*)

Seorang penulis hendaknya memberi gambaran secara jelas terkait latar penulisan, sehingga memberi *transferability* dengan cara memperkaya deskripsi tentang konteks dan focus penulisan. Dengan demikian penulis bertanggung jawab untuk menyediakan data deskriptif secukupnya. Untuk keperluan itu penulis harus melakukan penulisan mendalam.

3. Kebergantungan(*Dependability*)

Kriterium kebergantungan merupakan substansi irriabilitas dalam penulisan yang non kualitatif reabilitas ditunjukkan dengan jalan mengadakan replica studi. Dua atau beberapa kali penulangan studi, jika dalam suatu kondisi yang sama, maka dikatakan reabilitasnya tercapai. Dalam hal ini penulis harus konsisten akan seluruh proses penulisan agar dapat memenuhi syarat yang berlaku dan untuk mempertanggung jawabkan semua aktivitas.

4. Kepastian(*Confrimability*)

Kriterium kepastian berasal dari konsep objektivitas, menu. Pada penulis kualitatif menetapkan objektivitas adalah kesepakatan antara subjek. Pemastian satu data objektif atau tidak bergantung pada persetujuan beberapa orang terhadap pandangan, pendapat dan pertemuan seseorang tapi disepakati oleh beberapa orang maka barulah data tersebut dikatakan objektivitas.³⁴

Dalam penulisan kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan penulis dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Salah satu metode yang digunakan

³³ Eri Barlian, *Metodologi Penulisan Kualitatif dan Kuantitatif*, 71.

³⁴ *Ibid*, 72.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

tersebut adalah metode triangulasi. Istilah triangulasi dalam kegiatan penulisan secara umum banyak dipahami oleh sebagian kalangan hanya dapat dijumpai dalam penulisan kualitatif sebagai salah satu teknik validasi sebuah penulisan.

Triangulasi yaitu informasi yang diperoleh dari beberapa sumber diperiksa saling antara data wawancara dengan data pengamatan dan dokumen yang terkait dengan focus dan subjek penulisan.³⁵ Demikian pula dilakukan pemeriksaan data dari berbagai Informan, dan triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multimedia yang dilakukan penulis pada saat melakukan penulisan, mengumpulkan dan menganalisis data ide dasarnya adalah bahwa fenomena yang diteliti dapat dipahami dengan baik. Sehingga diperoleh kebenaran tingkat tinggi jika didekati dari berbagai sudut pandang.

Tujuan menggunakan metode triangulasi, pertama, adalah menggabungkan dua metode dalam satu penulisan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik apabila dibandingkan dengan menggunakan satu metode saja dalam suatu penulisan. Triangulasi lebih banyak menggunakan metode alam level mikro, seperti bagaimana menggunakan beberapa metode pengumpulan data dan analisis data sekaligus dalam sebuah penulisan, termasuk menggunakan informan sebagai alat uji keabsahan dan analisis hasil penulisan. Asumsinya bahwa informasi yang diperoleh penulis melalui pengamatan akan lebih akurat apabila juga digunakan interview atau menggunakan bahan dokumentasi untuk mengoreksi keabsahan informasi yang telah diperoleh dengan kedua metode tersebut. Kedua, tujuannya adalah membandingkan informasi tentang hal yang sama yang diperoleh dari berbagai pihak, agar ada jaminan tentang tingkat kepercayaan data.³⁶

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Analisis data dalam hal ini ialah mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode dan mengkategorikannya. Analisis data kualitatif berkaitan dengan data

³⁵ Salim & Syahrudin, *Metode Penulisan Kualitatif*. (Bandung: Ciptapustaka Media, 2012), 166.

³⁶ *Ibid*, 144.

berupa kata atau kalimat yang dihasilkan dari objek penulisan serta berkaitan dengan kejadian yang melingkupi sebuah objek penulisan.³⁷

Adapun tujuan analisis data kualitatif adalah mencari makna dibalik data yang melalui pengakuan subjek pelakunya. Penulis dihadapkan kepada berbagai objek penulisan yang semuanya menghasilkan data yang membutuhkan analisis. Data yang didapat dari objek penulisan memiliki kaitan yang masih belum jelas. Oleh karenanya, analisis diperlukan untuk mengungkap kaitan tersebut secara jelas sehingga menjadi pemahaman umum.

Analisis data kualitatif dilakukan secara induktif, yaitu penulisan kualitatif tidak dimulai dari deduksi teori tetapi dimulai dari fakta empiris. Penulis terjun ke lapangan, mempelajari, menganalisis, menafsirkan dan menarik kesimpulan dari fenomena yang ada dilapangan. Penulisan dihadapkan kepada data yang diperoleh dari lapangan. Dari data tersebut, penulis harus menganalisis sehingga menemukan makna yang kemudian makna itulah menjadi hasil penulisan. Dari beberapa definisi dan tujuan penulisan diatas dapat disimpulkan bahwa analisis data kualitatif adalah upaya untuk mengungkap makna dari data penulisan dengan cara mengumpulkan data sesuai dengan klasifikasi tertentu.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

³⁷ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penulisan*, 20

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A Sejarah Berdirinya PT. Multazam Wisata Agung

PT. Multazam Wisata Agung merupakan salah satu lembaga yang bergerak di bidang pemasaran haji dan umrah yang memiliki kantor pusat di Jalan Titi Papan/Pertahanan No.10 Sei Sikambang-D Medan, Sumatera Utara-Indonesia. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 1996 dibawah pimpinan bapak DR.H.Syafii Siregar, MA. Adapun yang melatarbelakangi berdirinya PT. Multazam Wisata Agung Medan, awalnya beliau memiliki jenjang pendidikan S1 di Arab Saudi dan berpengalaman membimbing jamaah haji dan umrah. Sepulangnya beliau ke Indonesia, beliau mendirikan lembaga yang bergerak dalam penyelenggaraan pemberangkatan jamaah haji saja tetapi melihat jumlah jamaah umrah dan haji dari tahun ke tahun semakin meningkat dan banyak para jamaah meminta kepada PT. Multazam Wisata Agung untuk membuka pelayanan umrah dengan izin KEMENAG RI PPIU No. 879 Tahun 2019. Dan sekarang PT. Multazam Wisata Agung sudah memiliki berbagai cabang di Indonesia salah satunya di Kota Padangsidimpuan.

Sejarah berdirinya PT. Multazam Wisata Agung dikota Padangsidimpuan berawal pada tahun 2010, ditahun inilah awal pemberangkatan ibadah umrah, meski belum memiliki izin resmi dari Kementerian Agama, tetapi ini adalah awal berdirinya PT. Multazam Wisata Agung cabang Kota Padangsidimpuan. Kantor PT. Multazam Wisata Agung awalnya berada di Jalan Sisingamangaraja, Sitamiang Kecamatan Padangsidimpuan Selatan, Kota Padangsidimpuan, dan karena kondisi yang kurang memungkinkan kantor PT. Multazam Wisata Agung pindah ke Jalan Ujung Gurap No. 71 Kecamatan Padangsidimpuan Batunadua, Kota Padangsidimpuan.

B Profil PT. Multazam Wisata Agung

PT. Multazam Wisata Agung merupakan salah satu travel yang bergerak di bidang perjalanan haji dan umrah. Perusahaan ini memiliki kantor pusat di kota Medan. Perusahaan ini telah memiliki cabang di berbagai daerah Sumatera, salah satunya di Kota Padangsidimpuan. Kantor cabang resmi PT. Multazam Wisata

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Agung Cabang Kota Padangsidempuan beralamat di Jalan Ujung Gurap No.71 Kecamatan Padangsidempuan Batunadua, Kota Padangsidempuan. SK secara resmi PT. Multazam Wisata Agung Cabang Kota Padangsidempuan dalam operasi berdasarkan Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 373 tahun 2016 tentang penetapan izin PT. Multazam Wisata Agung sebagai penyelenggara perjalanan ibadah umrah.

PT. Multazam Wisata Agung di Kota Padangsidempuan salah satu travel yang berdiri secara resmi pada tahun 2014 berdasarkan surat Izin Kementerian Agama No. 018 tahun 2014.

PT. Multazam Wisata Agung Padangsidempuan memiliki semboyan “Lebih Aman, Lebih Nyaman, dan Lebih Berpengalaman” wujudkan impian Umrah anda bersama Multazam. Dengan semboyan yang disampaikan oleh Pimpinan PT. Multazam Wisata Agung Padangsidempuan Bapak H. Muslim Harahap, SH merupakan harapan dan tantangan bagi seluruh pengelola agar memberikan pelayanan terbaik bagi setiap jamaah dan calon jamaah PT. Multazam Wisata Agung Cabang Kota Padangsidempuan.

1. Visi, Misi, dan Tujuan PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan

Dalam pencapaian suatu tujuan diperlukan suatu perencanaan dan tindakan nyata untuk mewujudkannya. Berikut visi, misi, dan motto PT. Multazam Wisata Agung:

1. Visi

Terwujudnya pelaksanaan ibadah umrah yang mabrurah dengan pelayanan dan bimbingan yang prima, aman, nyaman dan bertanggung jawab.

2. Misi

Untuk mewujudkan visi tersebut PT. Multazam Wisata Agung mempunyai beberapa misi yang dilakukan yaitu:

- a. Memberikan pelayanan prima kepada setiap calon jamaah umrah dalam pengurusan dokumen perjalanan.
- b. Melengkapi seluruh dokumen perjalanan jamaah yang akan berangkat baik yang berkenaan dengan visa, tiket, begitu pula dengan sarana dan prasarana

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

selama berada di Arab Saudi, seperti Hotel, transportasi, catering dan lain-lain yang dianggap perlu.

Memberikan bimbingan kepada jamaah umrah baik sebelum berangkat atau selama berada di tanah suci sampai mereka kembali ke tanah air.

3. Motto

Bimbingan ibadah umrah & haji sesuai sunnah dengan fasilitas & layanan terbaik. Dengan tiga komitmen PT. Multazam Wisata Agung:

a. Komitmen Ibadah

- 1) Melaksanakan Ibadah Haji dan Umrah sesuai dengan sunnah Rasulullah SAW.
- 2) Dalam pelaksanaan ibadah selalu didampingi oleh ustadz pembimbing ibadah yang berpengalaman.

b. Komitmen Tarbiyah

- 1) Pengajian rutin selama di Tanah Suci- Bimbingan dzikri dan do'a yang shahih serta tadarus Al-Qur'an
- 2) Konsultasi Agama, keluarga dan masalah actual lainnya
- 3) Penggajian rutin pasca ibadah

c. Komitmen Dakwah

- 1) Komponen biaya haji dan umrah sudah termasuk dana dakwah
- 2) Memberangkatkan para da'I pedalaman untuk menunaikan ibadah Haji pemberian beasiswa dan santunan sosial lainnya

2 Struktur Organisasi PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan

Struktur organisasi kepengurusan yang ada di PT. Multazam Wisata Agung Padangsidempuan diantaranya sebagai berikut:

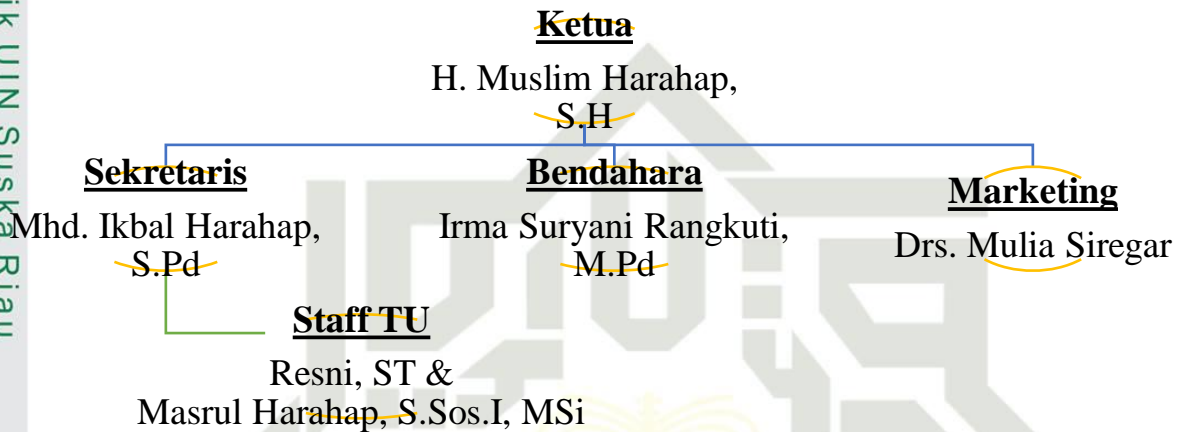
| | |
|-----------------------|--------------------------------|
| Ketua/Pimpinan Cabang | : H. Muslim Harahap,SH |
| Sekretaris | : Muhammad Iqbal Harahap, S.Pd |
| Bendahara | : Irma Suryani Rangkuti, M.Pd |
| Pemasaran/ Marketing | : Drs. H. Mulia Siregar |
| Staff Tata Usaha | : Resni, ST |
| | Masrul Harahap, S.Sos.I, M.Si |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lebih jelasnya mengenai struktur organisasi kepengurusan PT. Multazam Wisata Agung cabang Kota Padangsidempuan dapat diperhatikan sebagai berikut:³⁸

Struktur Organisasi



Gambar 2. Struktur Organisasi PT Multazam Wisata Agung Cabang Kota Padangsidempuan

3. Persyaratan dan Ketentuan-Ketentuan Umrah di PT. Multazam Wisata Agung Cabang Kota Padangsidempuan

Persyaratan Umrah

- a. Memiliki Pasport dengan nama 3 suku kata dan validasi 6 bulan
- b. Pas foto berwarna (uk. Wajah 90% dengan latar belakang putih) Ukuran 4x6 sebanyak 3 lembar
- c. Fotocopy Kartu Tanda Penduduk (KTP)
- d. Fotocopy Kartu Keluarga (KK)
- e. Buku Nikah asli (bagi yang bepergian suami istri)
- f. Akte Kelahiran bagi yang bermuhrim langsung
- g. Kelengkapan berkas/ administrasi paling lama diterima 1 (satu) bulan sebelum keberangkatan untuk mengambil Visa Kedutaan

Biaya Sudah Termasuk

- a. Tiket PP Kelas ekonomi

³⁸Dokumen PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Makan 3 kali sehari (Sesuai Program yang diambil)
- c. Transportasi Full AC selama perjalanan
- d. Hotel (Sesuai Program)
- e. Air Zam-Zam 10 liter
- f. Bagasi 20 kg/orang

Biaya Belum Termasuk

- a. Airport Tax, Handling Airport
- b. Biaya Suntik Meningitis
- c. Biaya Muhrim untuk wanita <45 tahun yang tidak membawa muhrim
- d. Tambahan Tour diluar Program dan kelebihan bagasi
- e. Tambahan hari yang diakibatkan oleh penerbangan dan kondisi Arab Saudi diluar tanggung jawab pihak penyelenggara

4. Ketentuan-Ketentuan Biaya Umrah

- a. Biaya Rp. 1.000.000, + Biaya Umrah
 - 1) Airport Tax Dalam dan Luar Negeri
 - 2) Handling
 - 3) Suntik Vaksin Meningitis
- b. Pembayaran Uang Muka (DP): Minimal 25% dari Harga Paket
- c. Pelunasan pembayaran selambat-lambatnya 2 (Dua) Minggu sebelum keberangkatan
- d. Pembatalan dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut:
 - 1) Setelah pendaftaran : Jamaah dikenakan biaya sebesar 25% dari harga paket
 - 2) Setelah proses Visa: Jamaah dikenakan biaya sebesar 50% dari harga paket
 - 3) Setelah pembayaran Akomodasi (Pesawat & Hotel) : dikenakan biaya sebesar 75% dari harga paket
 - 4) Pembatalan 1 (Satu) minggu sebelum keberangkatan uang tidak dapat dikembalikan
 - 5) Pengembalian sisa uang pembatalan paling cepat 1 (satu) bulan dari hari pembatalan³⁹

³⁹ Brosur PT. Multazam Wisata Agung

4. Program PT. Multazam Wisata Agung

PT. Multazam Wisata Agung Cabang Kota Padangsidimpuan menawarkan program berupa fasilitas pelayanan yakni sebagai berikut:

Bimbingan ibadah ataupun manasik haji

Untuk mencapai kekhusyukan ibadah jamaah haji PT. Multazam Wisata Agung telah menyiapkan personil yang secara khusus menangani terkait manasik yang membimbing para jamaah. Selama ditanah air, bimbingan ibadah tersebut dilaksanakan dalam bentuk privat atau kolektif yang diadakan mulai dari 3 bulan sebelum keberangkatan. Ketika berada di Arab Saudi para pembimbing mendampingi jamaah dalam menunaikan ibadah haji disana.

Pemeriksaan Kesehatan

Merupakan salah satu pelayanan yang diberikan oleh PT. Multazam Wisata Agung dan merupakan agenda yang diharuskan oleh Kementerian Agama RI. Pemeriksaan kesehatan meliputi: pemeriksaan secara keseluruhan dan pemberian vaksinasi dan ini dilakukan 1 bulan sebelum keberangkatan.

3. Akomodasi

Selama jamaah umrah berada di luar negeri, PT. Multazam Wisata Agung menyediakan fasilitas hotel bintang 3 Mekkah Hotel Manar Alhuda, Golden Abrar setaraf Madinah Sanabil, Sahiliya dan Surfah. Hotel bintang 5/VIP yaitu Hotel Pulman Zam-Zam, Hilton Madinah Andalus, Dallah Thaibah yang jaraknya 250-300 m sesuai program, dan menyediakan bus yang termasuk Bus Multazam itu sendiri. Selain itu juga disediakan makan dan minuman (catering) khas Indonesia dalam 3 kali dalam sehari. Bahkan PT. Multazam Wisata Agung menyediakan sarana tempat tinggal baik hotel ataupun penginapan di kantor PT. Multazam Wisata Agung untuk jamaah umrah yang datang dari luar kota.

Transportasi

Dalam perjalanan dari Medan menuju Arab Saudi, jamaah umrah menggunakan maskapai Lion Air. Untuk kegiatan jamaah umrah selama di Arab Saudi PT. Multazam Wisata Agung menyediakan transportasi milik Multazam sendiri berupa bus yang fasilitasnya Full AC selama perjalanan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fasilitas Lain

Program di PT. Multazam Wisata Agung sangat bervariasi dari mulai harga, jadwal, akomodasi, transportasi, konsumsi, fasilitas hotel, dll. Semuanya sengaja dipersiapkan agar jamaah memiliki pilihan baik itu dari segi harga, lama pelaksanaan ibadah dan jadwal pelaksanaan dengan pilihan program sebagai berikut:

- a. Umrah Reguler
- b. Umrah Ramadhan
- c. Umrah Plus Turki
- d. Wisata Islami⁴⁰
- e. Umrah Plus Kairo
- f. Umrah Plus Aqsha
- g. Umrah Plus Dubai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁴⁰Brosur PT. Multazam Wisata Agung

BAB VI PENUTUP

A Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai Upaya Pimpinan PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan Dalam Membangun Citra Positif Melalui Pelayanan Terhadap Calon Jamaah, maka dapat diambil kesimpulan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut: PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan merupakan perusahaan yang bergerak dibidang perjalanan haji dan umrah. Berdasarkan tujuan penelitian dan kerangka berpikir yang diintegrasikan dengan hasil dan pembahasan penelitian, diketahui bahwa aspek-aspek yang dijadikan sebagai indikator pelayanan memiliki pengaruh terhadap pembangunan citra positif. Aspek bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh terhadap pembangunan citra positif yang dibuktikan dengan keberadaan ruang tunggu, ruang administrasi, dan ruang konsultasi, serta kegiatan safari dakwah. Aspek kehandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap pembangunan citra positif yang dibuktikan dengan keberadaan program-program promo terkait haji & umroh, serta kemampuan PT Multazam dalam memecahkan masalah yang dihadapi oleh calon jamaah. Aspek daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap pembangunan citra positif yang dibuktikan dengan kemudahan akses informasi mengenai promo dan program yang diadakan oleh perusahaan yakni melalui media sosial. Aspek jaminan (*assurances*) berpengaruh terhadap pembangunan citra positif yang dibuktikan dengan komitmen perusahaan terhadap calon jamaah yakni jaminan keberangkatan dan jaminan keamanan pembayaran dengan sistem DP yang terstruktur dengan baik. Aspek empati (*empathy*) berpengaruh terhadap pembangunan citra positif yang dibuktikan dengan terdapatnya bakti sosial, pengadaan kegiatan keagamaan dan keadatan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Saran

Sebagai bagian terakhir dari penulisan ini, penulis ingin memberikan saran-saran, yaitu sebagai berikut:

1. PT. Multazan Wisata Agung Kota Padangsidempuan harus lebih memaksimalkan potensi media sosial untuk berdakwah dan memasarkan jasa guna meningkatkan citra positif yang telah terbangun.
2. Upaya pimpinan PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan harus lebih memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada calon jamaah agar perusahaan ini bisa menjadi pilihan bagi calon jamaah sebagai jasa keberangkatan haji dan umrah.
3. PT. Multazam Wisata Agung Cabang Kota Padangsidempuan harus mempertahankan hubungan yang harmonis dan meningkatkan kualitas para kinerja karyawan, semangat karyawan dan kualitas perusahaan sehingga terciptanya kerjasama yang baik antara atasan dan bawahan.
4. Bisa menjadi penambah wawasan bagi jurusan manajemen dakwah khususnya konsentrasi manajemen travelling haji dan umrah.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

A-Zaziri, Abdul Rahman, 1996. *Fiqih Empat Madzab Bagian Ibadah (Puasa, Zakat, Haji, Kurba)*, Cet, ke 1, Jakarta: Darul Ulum Press

Indrawan WS, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Jombang: Lintas Media.

Peter Salim dan Yeni Salim, 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Modern English Press.

A.S. Moenir, 2000. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, Cet. Ket-4, Jakarta: Bumi Aksara.

Depdiknas, 2011. *Pembinaan Pendidikan Karakter di Sekolah Menengah Pertama*. Dirjend Dikdasmen: Jakarta.

W.J.S, Poerwadarminta, 1991. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka: Jakarta.

Wahyu Baskoro, 2005. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Setia Kawan: Jakarta.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1998. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka: Jakarta.

Indo Yama Nasarudin, Hemmy Fauzan, 2006. *Pengantar Bisnis dan Manajemen*. UIN Jakarta Press: Jakarta.

Ratminto dan Atik Septi Winarsih, 2007. *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar: Jakarta.

Moenir, 2010. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara: Jakarta.

Prima Rahmayanti, 2013. *Manajemen Pelayanan Prima*. Graha Ilmu: Yogyakarta.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Soeirat dan Ardianto, 2004. *Strategi Membangun Citra Perusahaan*. Universitas Terbuka: Jakarta.

Siswanto Sutojo, 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Damar Mulia: Jakarta.

Rosady Ruslan, 1999. *Praktik dan Solusi Public Relation dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*. Ghalta: Jakarta.

Roping el Ishaq, 2017. *Public Relation Teori dan Praktik*. Intrans Publishing: Jawa Timur.

Husein Umar, 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Kuntjojo, Metode Penulisan, (Kediri: Universitas Nusantara PGRI, 2009), 15.

Sumardi Suryabrata, Metodologi Penulisan, 84.

Arry Pongtiku, Dkk, *Metode Penulisan Kualitatif Saja*, (Nulisbuku.com,2016), 98

Burhan Bungin, 2007. *Penulisan Kualitatif*. Kencana: Jakarta.

Sandu Siyoyo, 2015. *Dasar Metodologi Penulisan*. Literasi Media Publishing: Yogyakarta.

Slam & Syahrums, 2012. *Metode Penulisan Kualitatif*. Ciptapustaka Media: Bandung.

Fandy Tjiptono, 2014. *Pemasaran Jasa*. CV. Andi Offset: Yogyakarta

Jurnal:

Heru SH & Slamet R, 2022. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Citra Organisasi pada Pusat Informasi Maritim TNI*. Surabaya: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas DR Soetomo, 2022. Volume 28 Edisi 1

Leopiyoadi, R, 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi Ketiga)*. Jakarta: Salemba Empat


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

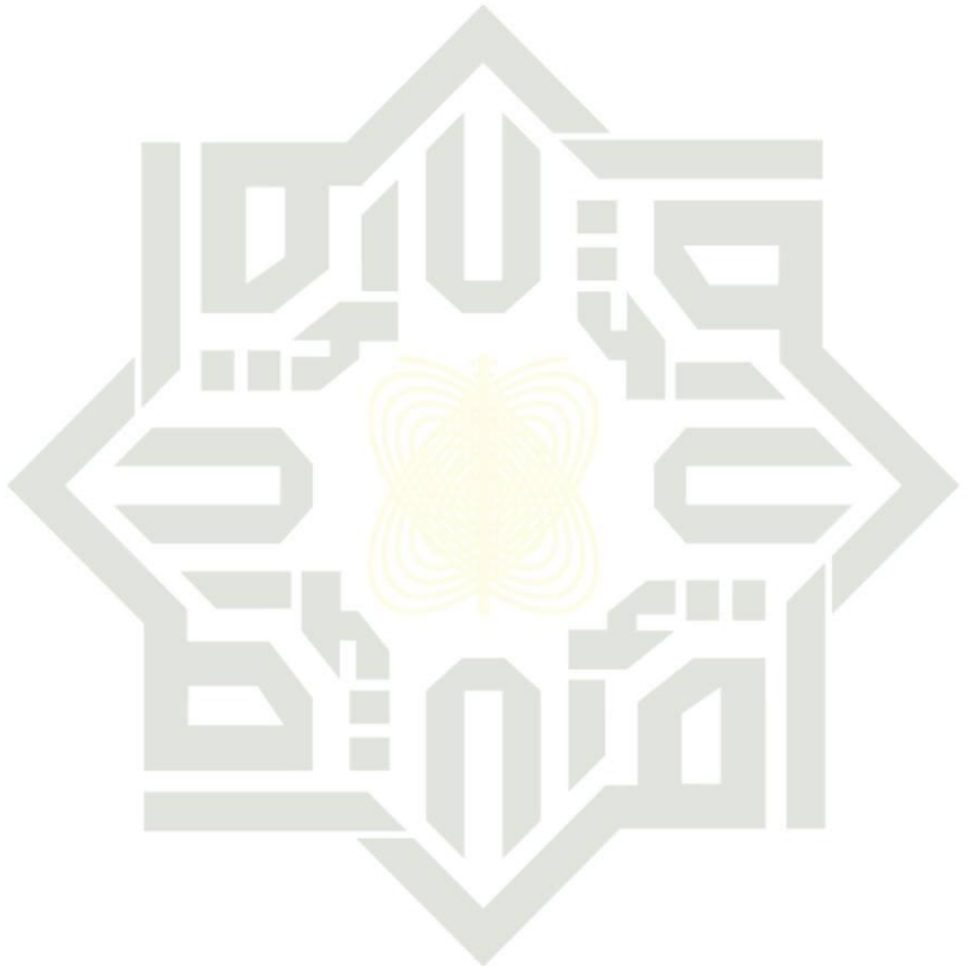
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Jasfar, F, 2005. *Manajemen jasa: pendekatan terpadu*. Jakarta: Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Riau, 2020. Vol. 8 No.4
- Affandi Haris, 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Orang Pribadi Umkm Dan Citra Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pekanbaru Senapelan*. Pekanbaru: Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Riau, 2020. Volume 8 No. 4
- Kasim, 2021. *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat*. Lahat: Jurnal Media Wahana Ekonomika Universitas PGRI Palembang Fakultas Ekonomi
- Skripsi:
- Maqbullah, 2017. *Strategi Membangun Citra dalam Rangka Meningkatkan Jamaah Haji pada Travel Adzikra Jalan RS. Fatmawati Jakarta Selatan*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. UIN Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- Ega Cindy Claudia, 2021. *Strategi Public Relations AET Travel dalam Membangun Citra dan Kepercayaan Jamaah Haji dan Umroh di Kota Pekanbaru*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim: Pekanbaru.
- Maulida Utami, 2020. *Strategi Membangun Citra Untuk Meningkatkan Pelayanan Jamaah Haji Pada PT. Madinah Iman Wisata Tangerang Selatan*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. UIN Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- Pambudi, Funi Riyan, 2022. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah*. Kudus: Skripsi IAIN Kudus

Budhi, Setiawan, 2021. *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Jek Di Rawamangun)*. Jakarta: Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

Lampiran I Daftar Pertanyaan

Aspek Bukti Fisik

1. Bagaimana bukti fisik yang dimaksud untuk mendapatkan citra positif dari masyarakat sebagai calon jamaah?
2. Bagaimana suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya terhadap masyarakat?
3. Bagaimana respon masyarakat terhadap eksistensi perusahaan tersebut?

Aspek Kehandalan

1. Apakah perusahaan sudah mampu memberikan pelayanan yang akurat dan terpercaya kepada masyarakat?
2. Apakah masyarakat bisa menerima pelayanan yang dimaksud?
3. Bagaimana contoh realisasi kehandalan yang telah dilakukan?

Aspek Daya Tanggap

1. Bagaimana kebijakan yang diberikan perusahaan untuk menarik minat calon jamaah?
2. Bagaimana strategi perusahaan dalam menyikapi dan menanggapi persaingan untuk menarik minat calon jamaah?
3. Bagaimana cara calon jamaah mengetahui informasi mengenai promo atau benefit jika memakai jasa perusahaan?

Aspek Jaminan

1. Bagaimana maksud jaminan yang diberikan perusahaan terhadap calon jamaah?
2. Apakah calon jamaah percaya terhadap jaminan yang diberikan perusahaan?
3. Bagaimana respon calon jamaah terhadap jaminan yang diberikan perusahaan?

Aspek Empati

1. Bagaimana maksud empati yang diberikan perusahaan terhadap calon jamaah?
2. Apakah calon jamaah tertarik terhadap empati yang diberikan perusahaan?
3. Bagaimana respon calon jamaah terhadap empati yang diberikan perusahaan?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran II Transkrip Hasil Wawancara

DAFTAR PERTANYAAN

| NO. | PERTANYAAN | JAWABAN |
|-----|---|--|
| | <p>Aspek Bukti Fisik</p> <p>Bagaimana bukti fisik yang dimaksud untuk mendapatkan citra positif dari masyarakat sebagai calon jamaah?</p> <p>Bagaimana suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya terhadap masyarakat?</p> <p>Bagaimana respon masyarakat terhadap eksistensi perusahaan tersebut?</p> | <p>1. Kami mempunyai fasilitas kantor seperti ruang tunggu, ruang konsultasi dan ruang administrasi sebagai bukti bahwa kami bersungguh-sungguh mencapai citra positif dari Masyarakat, Dek.</p> <p>2. Dalam berbagai momen seperti Ramadhan dan menyambut bulan Haji, kami mengadakan safari dakwah ke beberapa pelosok desa guna mensyiarkan ibadah haji dan umroh sekaligus menunjukkan eksistensi kami sebagai Agensi Haji dan Umroh.</p> <p>3. Begini mas, soal respon Masyarakat pastinya variatif. Hanya saja mayoritas Masyarakat yang datang langsung ke kantor dan ketemu saat ada acara formal/ non formal terkait pertanyaan seputar layanan atau keluhan pasti kami respon dengan sangat baik dan mendapatkan <i>feedback</i> yang sangat memuaskan dari Masyarakat tersebut.</p> |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Aspek Kehandalan

Apakah perusahaan sudah mampu memberikan pelayanan yang akurat dan terpercaya kepada masyarakat?

Apakah masyarakat bisa menerima pelayanan yang dimaksud?

Bagaimana contoh realisasi kehandalan yang telah dilakukan?

1. Akurasi suatu pelayanan tentunya berhubungan dengan kebutuhan Masyarakat dalam konteks ini adalah informasi mengenai layanan/ fasilitas calon jamaah haji & umroh. Dalam hal ini, PT Multazam telah berkomitmen memberikan program-program berupa Bimbingan Manasik Haji, Pemeriksaan Kesehatan, Pemberian Akomodasi terbaik, Pemberian Transportasi terbaik dan fasilitas lain seperti Umroh Plus wisata Islami.
2. Sejauh ini Masyarakat yang menjadi calon Jemaah haji dan/atau umroh sangat antusias dengan berbagai bentuk fasilitas dan pelayanan yang kami tawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa Masyarakat dapat menerima pelayanan yang dimaksud.
3. Satu contoh kasusnya gini dek, jika terdapat calon Jemaah umroh yang belum memiliki passport, maka kami akan dengan sangat sigap mengurus dalam waktu yang cepat agar passport jamaah terkait dapat selesai tepat waktu, sehingga jamaah terkait merasa terpuaskan dan Perusahaan pun mendapat citra positif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Aspek Daya Tanggap

Bagaimana kebijakan yang diberikan perusahaan untuk menarik minat calon jamaah?

Bagaimana strategi perusahaan dalam menyikapi dan menanggapi persaingan untuk menarik minat calon jamaah?

Bagaimana cara calon jamaah mengetahui informasi mengenai promo atau benefit jika memakai jasa perusahaan?

1. Kami tidak memiliki kebijakan formal spesifik dalam menarik minat calon jamaah, dek. Hanya saja kami telah merancang program bulanan, tahunan maupun musiman yang dijadikan sebagai referensi dalam menjalankan misi menarik minat calon jamaah. Kami juga aktif diberbagai media sosial dan sosial Masyarakat terkait acara keagamaan maupun adat, guna menarik minat Masyarakat terhadap kami.
2. Saat ini *Travel Agent* khusus haji & umroh sudah berjamur di Padangsidempuan. Hampir setiap *travel agent* memiliki seorang Ustadz/Kiyai yang menjadi *Row Model* dalam hal pemasaran, begitu juga dengan kami PT Multazam. Hanya saja sejak tahun 2021 kami telah melakukan penetrasi secara digital guna mendapatkan reaksi positif dan menaikkan pertumbuhan minat Masyarakat terhadap Haji & Umroh dengan kami.
3. Informasinya dapat diketahui dengan berkunjung ke sosial media kami dek. Juga dapat diketahui dengan datang langsung ke kantor kami.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | |
|--|--|
| <p>Aspek Jaminan</p> <p>Bagaimana maksud jaminan yang diberikan perusahaan terhadap calon jamaah?</p> <p>Apakah calon jamaah percaya terhadap jaminan yang diberikan perusahaan?</p> <p>Bagaimana respon calon jamaah terhadap jaminan yang diberikan perusahaan?</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Jaminan disini dek, kami bedakan menjadi jaminan terhadap komitmen pembayaran DP dan terhadap keberangkatan. Terhadap DP pembayaran ongkos keberangkatan, kami memberikan keringanan berupa pembayaran berdasarkan progress tertentu dengan persentase tertentu. Terhadap jaminan keberangkatan, kami bahkan menyediakan tim manasik privat atau kolektif bagi calon jamaah dan akomodasi hotel minimal Bintang 3 bagi jamaah. 2. Begini dek, Setiap satu proses pemberangkatan kami selalu menyediakan quisioner untuk diisi calon jamaah pra dan pasca berlangsungnya kegiatan haji dan umroh. Dari data tersebut kami bisa menyimpulkan bahwa jamaah dapat merasa aman dan nyaman terkait jaminan yang kami berikan. 3. Jamaah pada umumnya semakin antusias dan merasa yakin untuk memakai jasa kami setelah kami beritahu jaminan-jaminan yang akan didapatkan calon jamaah. |
|--|--|

| | | |
|--|---|---|
| <p>© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau</p> | <p>Aspek Empati</p> <p>Bagaimana maksud empati yang diberikan perusahaan terhadap calon jamaah?</p> <p>Apakah calon jamaah tertarik terhadap empati yang diberikan perusahaan?</p> <p>Bagaimana respon calon jamaah terhadap empati yang diberikan perusahaan?</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Maksudnya begini dek, kami selalu memberikan perhatian berupa pengadaan sumbangan atau acara-acara keagamaan dan keadatan serta berperan langsung disana. Hal tersebut menjadi wujud dari empati kami terhadap Masyarakat sebagai calon jamaah untuk terus berusaha mewujudkan mimpi umroh atau haji. 2. Sangat tertarik, dapat dibuktikan dengan antusias Masyarakat mengikuti setiap agenda terkait. 3. Masyarakat sebagai calon jamaah memberikan <i>feedback</i> positif seperti menyambut baik setiap agenda atau kegiatan yang diadakan oleh Perusahaan. |
|--|---|---|

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran III Dokumentasi Kegiatan

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Keterangan: Papan Informasi PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan



Keterangan: Miniatur Ka'bah PT. Multazam Wisata Agung Kota Padangsidempuan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Keterangan: Miniatur untuk pelatihan tawaf



Keterangan: Kegiatan wawancara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Keterangan: Ruang Informasi



Keterangan: Ruang Konsultasi untuk Calon Jamaah

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PT. MULTAZAM WISATA AGUNG
Penyelenggara
ibadah Umroh & Haji
 Ijin Penyelenggaraan Umroh Resmi
 No. KEMENAG RI : 879 Tahun 2019
Paket Umroh
 10, 13 HARI (15 DAN 17 HARI = ARBA'IN)

Membimbing Jamaah Umrah Sesuai Sunnah Insya Allah Aman, Nyaman, dan Berpengalaman

Akomodasi
 - Transportasi Bus sesuai Program Ziarah / Tour / Transfer In - Out
 - Ziarah di Makkah & Madinah
 - Makan 3x sehari Masakan Indonesia
 - Manasik 2x (Teori dan Praktik)
 - Fasilitas Wajah Umrah 3x
 - Mutawwif / Pembimbing Ibadah dan Tour Leader (TL)
 - Perlengkapan Umroh Sprt. Koper, TasTentang, Tas Pasport, Ihram & Sabuk, Mukenah kain Katik, Syal, Buku Panduan & Do'a
 - Bagasi cuma-cuma 20 kg dan Air Zam-Zam 5 Liter

Syarat dan ketentuan berlaku
 1. DP Min. Rp. 5 - 10 Juta
 2. Harga dapat berubah sewaktu-waktu

Persyaratan
 1. Pasport Asli Min 3 Suku Kata
 2. Fotokopi KTP & KK
 3. Akta lahir Asli Bagi Anak-Anak
 4. Buku Nikah Asli Bagi Pasangan Suami - Istri Dibawah 45 tahun
 5. Pass Photo 4x6 Sebanyak 10 Ibr latar belakang Putih dan 90 % Tampak Wajah

Harga Tidak Termasuk
 - Pengurusan Pasport
 - Tambah Nama di Pasport
 - Suntik Meningitis / Buku Kuning
 - Biaya Mahram Bagi Wanita dibawah Usia 45 Tahun
 - Pengeluaran Yang Bersifat Pribadi Seperti Laundry, Telp. dll
 - Biaya Asuransi - Pasport
 - Tambahan Tour diluar Program dan kelebihan bagasi
 - Tambahan Hari yang diakibatkan oleh penorbangan dan kondisi Arab Saudi diluar Tanggung jawab Pihak Penyelenggara

UNTUK KESELEMATAN DAN KENYAMANAN PILIHLAH TRAVEL YANG BERIZIN

Kantor Pusat : Jl. Titi Papan / Gg. Pertahanan No. 8/10 Sei sikambang D, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara 20119
 Hp. 0812 6495 8456 - 0813 9722 3734 - 0821 6828 9982 - Telp. 061 4576116
 Email : multazam_hajjiumrah@yahoo.com - web : www.multazamumrah.com

Keterangan: Brosur sebagai bagian dari pemasaran