Bayani: Jurnal Studi Islam
Journal Homepage: https://ejournal.umbandung.ac.id/index.php/bayani

Pelayanan Humanis Muthawif dan Tour Leader terhadap Loyalitas Jamaah Umrah dan Word of Mouth di PT Surya Madina

Kristiyuana[1,2*], Lukman Hakim[3], Shinta Yuliana[4], Muhammad Habibbullah[5]

[1] Program Studi Manajemen Kependidikan, Sekolah Pascasarjana, Universitas Negeri Semarang, Indonesia
[2] Program Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Fakultas Tarbiyah, Sekolah Tinggi Agama Islam Muhammadiyah Blora, Indonesia
[3] Program Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Klaten, Indonesia
[4] Program Studi Magister Kimia, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Malang, Indonesia
[5] Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Terbuka, Indonesia

*email: mischa.christy@gmail.com

Keywords: *Humanistic service; muthawif; tour leader; umrah; word of mouth.*

ABSTRACT

Muthawif and Tour Leader (TL) services have a strategic role in supporting the smooth running of the Umrah pilgrimage, especially for elderly pilgrims who need assistance. However, the practice of Umrah services in the field is inseparable from social dynamics, such as differences in the competence of companions and the potential for inequality in the division of roles and workloads, which can affect the quality of pilgrims' services. This research aims to understand the humanist services provided by Muthawif and TL in building the experience of worship, loyalty, and word of mouth of Umrah pilgrims. This study uses a qualitative approach with a case study design on the Surya Madina Umrah bureau, involving 47 Umrah pilgrims departing on January 10, 2026. The data collection technique was carried out through observation, distribution of service assessment questionnaires, and brief interviews with pilgrims. The results of the study show that humanistic services characterized by an empathetic attitude, patience, friendliness, clarity of communication, and mentoring are able to create a sense of comfort for worshippers, increase understanding during worship, and encourage the formation of loyalty and positive word of mouth. However, this study also found that there is a dynamic division of roles and workload between Muthawif and TL which has the potential to have an impact on the

physical and mental condition of officers as well as the sustainability of service quality. This study concludes that humanist services in Umrah do not only depend on the quality of empathic interaction with pilgrims, but also require proportional, professional, and sustainable management of human resources to maintain the quality of long-term services.

Kata Kunci:
Pelayanan humanis; muthawif; tour leader; umrah; word of mouth.

ABSTRAK

Pelayanan Muthawif dan Tour Leader (TL) memiliki peran strategis dalam mendukung kelancaran ibadah umrah, terutama bagi jamaah dengan lanjut usia yang membutuhkan pendampingan. Namun, praktik pelayanan umrah di lapangan tidak terlepas dari dinamika sosial, seperti perbedaan kompetensi pendamping serta potensi ketimpangan pembagian peran dan beban kerja, yang dapat memengaruhi kualitas pelayanan jamaah. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pelayanan humanis yang diberikan oleh Muthawif dan TL dalam membangun pengalaman ibadah, loyalitas, dan *word of mouth* jamaah umrah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus pada biro umrah Surya Madina, dengan melibatkan 47 jamaah umrah keberangkatan tanggal 10 Januari 2026. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, penyebaran angket penilaian pelayanan, serta wawancara singkat dengan jamaah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan humanis yang ditandai dengan sikap empatik, kesabaran, keramahan, kejelasan komunikasi, serta pendampingan mampu menciptakan rasa nyaman bagi jamaah, meningkatkan pemahaman selama ibadah, dan mendorong terbentuknya loyalitas serta *word of mouth* yang positif. Namun, penelitian ini juga menemukan adanya dinamika pembagian peran dan *overload* pekerjaan antara Muthawif dan TL yang berpotensi berdampak pada kondisi fisik dan mental petugas serta keberlanjutan kualitas pelayanan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelayanan humanis dalam ibadah umrah tidak hanya bergantung pada kualitas interaksi empatik dengan jamaah, tetapi juga memerlukan pengelolaan sumber daya manusia yang proporsional, profesional, dan berkelanjutan guna menjaga mutu pelayanan jangka panjang.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk Muslim. Ibadah haji merupakan salah satu rukun islam, wajib bagi mereka yang mampu dan dilakukan sekali seumur hidup. Namun demikian, keterbatasan kuota haji reguler menyebabkan waktu tunggu keberangkatan yang relatif panjang, sehingga mendorong sebagian calon jamaah untuk melaksanakan ibadah umrah sembari menunggu giliran haji. Berbeda dengan ibadah haji, umrah dapat dilaksanakan kapan saja sepanjang tahun, dengan prosedur pendaftaran yang lebih sederhana serta biaya yang relatif lebih terjangkau. Kondisi ini menjadikan umrah semakin

diminati oleh masyarakat Muslim di Indonesia (Fauzy & Patoni, 2024; Singka & Ericca, 2020). Dalam perkembangannya, ibadah umrah tidak hanya dipahami sebagai aktivitas mobilitas menuju Tanah Suci, tetapi juga sebagai bentuk wisata spiritual dengan pengalaman religius dan emosional. Pelaksanaan umrah difasilitasi oleh layanan biro umrah yang berperan penting dalam memastikan kelancaran perjalanan jamaah, baik dari aspek administratif, logistik, maupun pendampingan ibadah. Oleh karena itu, kualitas pelayanan biro umrah menjadi faktor krusial dalam membentuk pengalaman jamaah selama menjalankan ibadah (Abror & Anang, 2024; Fadhly, Aziz, Masdar, Nadira, & Wismanto, 2024; Rao & Haikal, 2025).

Perjalanan umroh meliputi serangkaian proses ibadah yang menuntut ketenangan batin, kekhusyukan, serta kesiapan fisik dan mental jamaah. Setiap tahapan ibadah umrah membutuhkan pendampingan, sehingga diperlukan seseorang untuk menemani dan membimbing para jamaah sepanjang perjalanan mereka. Keberadaan Muthawif dan *Tour Leader* (TL) menjadi sangat penting. Muthawif bertugas membimbing jamaah dalam pelaksanaan ritual ibadah umrah sesuai dengan tuntunan ajaran Islam, sementara TL berperan dalam mengkoordinasikan perjalanan, menyampaikan informasi, serta mendampingi jamaah dalam berbagai situasi selama perjalanan. Keduanya berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang kondusif agar jamaah dapat beribadah dengan tenang dan aman. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa perbedaan latar belakang sosial dan budaya jamaah, seperti bahasa, adat istiadat, serta jumlah jamaah yang besar, sering kali menimbulkan kecemasan, ketakutan kehilangan rombongan, dan ketidakpastian dalam menjalankan ibadah umrah (Bashir, 2024; Choliq, 2018; Edruce, Nizar, & Yusof, 2014; Putri, 2022). Kecemasan tersebut semakin meningkat ketika jamaah memiliki pemahaman yang terbatas terhadap rangkaian proses umrah. Dalam konteks ini, kehadiran Muthawif dan TL tidak hanya berfungsi sebagai pemandu teknis, tetapi juga sebagai pendamping yang mampu memberikan rasa aman, menenangkan, serta membangun kepercayaan jamaah selama menjalankan ibadah.

Pelayanan yang diberikan oleh Muthawif dan TL idealnya tidak hanya bersifat prosedural dan formal, tetapi juga mengedepankan pendekatan humanis. Pelayanan humanis tercermin dalam sikap empati, kesabaran, keramahan, kepedulian, serta kemampuan membangun komunikasi yang hangat dan mudah dipahami oleh jamaah. Muthawif yang profesional dituntut memiliki kompetensi ibadah, keterampilan komunikasi, serta kepekaan terhadap kondisi jamaah agar instruksi dan bimbingan yang diberikan dapat diterima secara

optimal. Kurangnya pengembangan diri di kalangan Muthawif dan TL dapat berdampak pada komunikasi yang kurang efektif, sehingga umpan balik jamaah terhadap arahan ibadah menjadi terbatas dan pengalaman ibadah yang dirasakan jamaah kurang maksimal.

Seiring meningkatnya persaingan antar biro umrah, banyak biro umrah yang berupaya meningkatkan kualitas layanan dengan memperkuat kompetensi sumber daya manusia, termasuk Muthawif dan Tour Leader (Ibrahim & Darmawan, 2023; Muhamad & Muhamad, 2024). Hal ini juga dilakukan oleh biro umrah Surya Madina, yang telah memiliki sejumlah kantor cabang dan melayani jamaah dari berbagai latar belakang sosial serta wilayah. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap persepsi jamaah terhadap biro perjalanan umrah (Rohimat & Sudrajat, 2023; Utami & Wulandari, 2022). Namun demikian, sebagian besar kajian masih berfokus pada aspek kualitas layanan secara umum dan kepuasan jamaah, sementara pemahaman mendalam mengenai makna pelayanan humanis dari perspektif jamaah serta kaitannya dengan loyalitas dan *word of mouth* masih relatif terbatas.

Padahal, pengalaman pelayanan yang dirasakan sebagai humanis berpotensi membentuk hubungan emosional antara jamaah dan biro umrah. Hubungan tersebut dapat mendorong loyalitas jamaah, yang tercermin dalam keinginan untuk kembali menggunakan jasa biro yang sama pada perjalanan ibadah berikutnya. Selain itu, pengalaman positif yang bermakna juga mendorong jamaah untuk merekomendasikan biro umrah kepada keluarga, kerabat, dan lingkungan sosialnya melalui *word of mouth*. Dalam konteks ibadah umrah, *word of mouth* memiliki karakteristik khusus karena didasarkan pada pengalaman religius, kepercayaan, dan nilai spiritual, bukan semata-mata pertimbangan komersial.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memahami pelayanan humanis yang diberikan oleh Muthawif dan TL dalam membangun loyalitas serta *word of mouth* jamaah umrah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus pada biro umrah Surya Madina, dengan fokus pada keberangkatan umrah tanggal 10 Januari 2026 yang diikuti oleh 47 jamaah, didampingi oleh satu orang Muthawif dan satu orang TL sebagai bagian dari tim pelayanan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman jamaah serta kontribusi pelayanan humanis dalam membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang antara jamaah dan biro umrah.

METODE

Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian dilaksanakan di dua lokasi utama, yaitu Madinah dan Mekkah, selama pelaksanaan ibadah umrah. Subjek penelitian meliputi 47 jamaah umrah keberangkatan tanggal 10 Januari 2026, satu orang Muthawif, dan satu orang Tour Leader (TL) dari biro umrah Surya Madina. Kantor Muthawif dalam penelitian ini berlokasi di kantor Jalan Masjidil Haram No. 2838, Distrik Aziziyah, Mekkah. Sementara itu, TL berasal dari Indonesia dan bertugas mendampingi jamaah selama perjalanan umrah. Seluruh jamaah yang mengikuti keberangkatan dijadikan sumber data untuk memperoleh gambaran yang utuh mengenai pengalaman pelayanan selama perjalanan umrah. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, penyebaran angket, dan dokumentasi. Observasi dilakukan oleh peneliti selama pelaksanaan ibadah umrah di Madinah dan Mekkah untuk mengamati secara langsung pelaksanaan pelayanan, interaksi Muthawif dan TL dengan jamaah, serta respons jamaah selama proses pendampingan ibadah. Angket disebarkan kepada 47 jamaah umrah melalui Google Form, yang dibagikan di Mekkah menjelang kepulangan jamaah ke Indonesia, setelah seluruh rangkaian ibadah umrah selesai dilaksanakan. Pemilihan waktu ini bertujuan agar jamaah memberikan penilaian berdasarkan pengalaman pelayanan yang telah dirasakan secara menyeluruh. Angket terdiri atas lima pernyataan yang mencakup penilaian terhadap pelayanan Muthawif dan TL, meliputi kualitas pelayanan, sikap dan kepedulian, kejelasan informasi dan arahan, serta kecenderungan loyalitas dan *word of mouth*. Setiap pernyataan disertai kolom jawaban terbuka untuk memberikan alasan atau kesan jamaah. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman meliputi tiga tahapan yang berlangsung secara simultan, yaitu reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Data yang dikumpulkan akan diseleksi, disusun secara sistematis, dan dianalisis untuk ditarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 47 jamaah umrah keberangkatan tanggal 10 Januari 2026 yang dilayani oleh biro umrah Surya Madina. Jamaah yang menjadi responden berasal dari latar belakang kota, usia, dan jenis kelamin yang beragam, dengan karakteristik dominan jamaah dewasa hingga lanjut usia. Berdasarkan data identitas responden, rentang usia jamaah berkisar dari di bawah 30 tahun hingga di atas 50 tahun, dengan proporsi terbesar berada pada kelompok usia di atas 50 tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa mayoritas

jamaah termasuk dalam kelompok yang membutuhkan pendampingan intensif, baik dari sisi fisik, emosional, maupun pemahaman ibadah. Dari sisi jenis kelamin, responden terdiri dari jamaah laki-laki dan perempuan, dengan keterwakilan yang relatif seimbang. Keberagaman karakteristik responden ini menjadi bagian penting dalam memahami penilaian jamaah terhadap pelayanan Muthawif dan TL, karena kebutuhan dan ekspektasi jamaah dapat berbeda sesuai dengan usia dan kondisi masing-masing. Untuk menggali pengalaman dan persepsi jamaah, penelitian ini menggunakan angket penilaian pelayanan yang terdiri atas dua bagian utama, yaitu identitas responden dan pernyataan penilaian pelayanan. Proses pengisian angket dilakukan secara langsung oleh jamaah di Mekkah menjelang kepulangan ke Indonesia. Struktur angket dapat diringkas pada Tabel 1 di bawah ini. Setiap pernyataan dilengkapi dengan pilihan respons sederhana (sangat baik/cukup baik/kurang baik atau bersedia/netral/tidak) serta kolom jawaban terbuka untuk menuliskan alasan, kesan, dan pengalaman jamaah. Jawaban terbuka inilah yang menjadi sumber utama analisis kualitatif dalam penelitian ini.

Tabel 2. Rincian Aspek Penilaian Pelayanan Muthawif dan TL

Kriteria	Penjelasan
Pelayanan Muthawif	Penilaian kualitas bimbingan ibadah
Pelayanan TL	Penilaian pendampngan dan koordinasi perjalanan
Keramahan dan kepedulian tim	Sikap empatik dan perhatian muthawif & TL
Kejelasan informasi	Kejelasan arahan dan penyampaian informasi
Loyalitas dan *Word of mouth*	Kesediaan menggunakan Kembali dan merekomendasikan untuk menggunakan Biro

Hasil analisis angket menunjukkan bahwa jamaah secara umum memberikan penilaian sangat baik terhadap pelayanan Muthawif selama perjalanan umrah. Jamaah melaporkan bahwa Muthawif sangat membimbing, sabar, dan mampu menjelaskan rangkaian ibadah dengan bahasa yang mudah dipahami. Tidak hanya menjelaskan tata cara ibadah secara teknis, Muthawif juga memberikan penjelasan tambahan mengenai sejarah, makna, dan konteks ibadah di lokasi-lokasi penting, sehingga jamaah merasa lebih memahami dan menghayati ibadah yang dijalani. Hasil penelitian ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menyatakan bahwa profesionalisme Muthawif berperan penting dalam meningkatkan kualitas pengalaman ibadah jamaah (Nurrachmi, Imaniyati, & Putra, 2024). Namun, penelitian ini memperluas temuan tersebut dengan menekankan bahwa aspek humanisme pelayanan, seperti kesabaran dan ketenangan dalam membimbing jamaah, menjadi faktor kunci yang dirasakan langsung oleh jamaah, khususnya jamaah lanjut usia.

Selain itu, hasil penelitian juga selaras dengan studi (Sari, 2019) yang menunjukkan bahwa pengalaman pelayanan yang dirasakan jamaah berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang paket umrah. Dalam konteks penelitian ini, pengalaman pelayanan tersebut tidak hanya berkaitan dengan kepuasan layanan secara umum, tetapi juga dengan kualitas bimbingan ibadah yang dirasakan secara langsung oleh jamaah. Pelayanan Muthawif yang bersifat humanis terbukti membentuk pengalaman ibadah yang positif, yang kemudian berkontribusi pada munculnya loyalitas jamaah serta kecenderungan untuk merekomendasikan biro umrah kepada pihak lain.

Namun demikian, penelitian ini memperluas temuan (Sari, 2019) dengan menekankan bahwa pengalaman jamaah dalam konteks umrah tidak hanya bersifat fungsional atau administratif, tetapi juga emosional dan spiritual. Pendekatan pelayanan Muthawif yang tidak bersifat mekanis, melainkan menempatkan jamaah sebagai subjek ibadah, menunjukkan dimensi pelayanan yang lebih mendalam dibandingkan sekadar kepuasan pelanggan. Pelayanan humanis terbukti mampu mengurangi kecemasan dan kebingungan jamaah, khususnya jamaah lanjut usia, sehingga mendukung kelancaran dan kekhusyukan ibadah. Temuan ini memperkuat penelitian (Bashir, 2024; Edruce et al., 2014) yang menyoroti pentingnya pendampingan emosional dalam pelaksanaan ibadah yang melibatkan perbedaan latar belakang sosial dan budaya jamaah.

Penelitian ini diperkuat oleh hasil wawancara singkat peneliti dengan salah satu jamaah yaitu Sugianto bin Oemarwoto, yang dilakukan setelah pengisian angket dan menjelang kepulangan ke Indonesia. Responden menyampaikan bahwa pelayanan Muthawif dirasakan sangat membantu dan menenangkan, sebagaimana diungkapkan: *"Bimbingannya tenang dan jelas, jadi saya tidak bingung saat menjalankan ibadah. Penjelasan yang diberikan juga membuat saya lebih paham dan lebih khusyuk."*. Hasil wawancara tersebut mempertegas bahwa pelayanan Muthawif tidak hanya dipandang sebagai bimbingan teknis, tetapi juga sebagai pendampingan spiritual yang memberi rasa aman dan ketenangan bagi jamaah.

Penilaian terhadap pelayanan TL juga menunjukkan respon hasil positif. Jamaah menilai TL sebagai sosok yang ngemong, ramah, dan bertanggung jawab dalam mendampingi jamaah selama perjalanan. Peran TL dalam mengatur alur perjalanan, membantu kebutuhan jamaah, serta membangun komunikasi yang hangat memperkuat temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa koordinasi perjalanan dan komunikasi efektif merupakan elemen penting dalam

pelayanan umrah (Rohmatillah & Oktaviani, 2023). Namun demikian, penelitian ini memberikan temuan tambahan terkait kondisi kesehatan TL yang sempat membatasi komunikasi verbal pada salah satu hari pelaksanaan umrah.

Meskipun terdapat keterbatasan tersebut, jamaah tetap menilai pelayanan TL secara positif. Hal ini menunjukkan bahwa jamaah tidak semata-mata menilai pelayanan dari kelancaran komunikasi verbal, tetapi dari kehadiran, niat melayani, dan sikap peduli yang ditunjukkan. Hal ini juga tercermin dalam pernyataan jamaah Savitri Endah yang menyampaikan: *"Walaupun sempat kurang suara, pendampingannya tetap terasa. Kami tetap diperhatikan dan diarahkan."* Pernyataan ini menguatkan temuan bahwa dalam konteks ibadah umrah, pelayanan humanis lebih diukur dari sikap empatik dan tanggung jawab moral dibandingkan kesempurnaan teknis semata.

Pada aspek keramahan dan kepedulian tim, jawaban para jamaah menunjukkan bahwa sikap ramah, peduli, dan penuh perhatian dari Muthawif dan TL menjadi salah satu pengalaman yang paling dominan dan berkesan. Jamaah, khususnya jamaah lanjut usia, merasakan adanya perhatian personal yang menciptakan rasa aman dan nyaman selama perjalanan ibadah. Selain itu, kejelasan informasi dan arahan selama perjalanan umrah juga dinilai sangat baik. Jamaah menyatakan bahwa informasi yang disampaikan mudah dipahami dan membantu mereka mengikuti setiap tahapan ibadah dengan lebih tenang, terutama bagi jamaah yang baru pertama kali melaksanakan umrah. Hasil penelitian ini konsisten dengan laporan penelitan terdahulu yang menekankan pentingnya penguatan kompetensi sumber daya manusia dalam biro umrah. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas komunikasi merupakan bagian integral dari pelayanan humanis (Nor, Mahdzar, Amil, & Hisam, 2023).

Secara keseluruhan, dari hasil observasi, angket, dan wawancara singkat menunjukkan bahwa pelayanan humanis dalam konteks umrah tidak dapat dipisahkan dari kualitas komunikasi, sikap empatik, dan kehadiran pendamping. Informasi yang jelas, disampaikan dengan bahasa sederhana dan sikap yang sabar, menjadi kunci terciptanya pengalaman ibadah yang nyaman. Pelayanan humanis dengan demikian tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman ibadah jamaah, tetapi juga membangun kepercayaan dan keterikatan emosional yang menjadi dasar terbentuknya loyalitas jamaah serta *word of mouth* yang positif.

Secara keseluruhan hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan humanis yang diberikan oleh Muthawif dan TL mampu membangun pengalaman ibadah yang positif bagi jamaah, yang pada akhirnya mendorong loyalitas dan

word of mouth. Namun demikian, temuan lapangan juga mengindikasikan adanya dinamika pelayanan yang perlu diamati secara lebih kritis, khususnya terkait pembagian peran dan beban kerja antara Muthawif dan TL selama pelaksanaan umrah di Arab Saudi.

Dalam praktiknya, TL tidak hanya berperan sebagai pendamping administratif, tetapi juga menjadi figur penting dalam mengelola komunikasi, emosi, dan kebutuhan jamaah selama perjalanan. Oleh karena itu, pemilihan TL seharusnya tidak dilakukan secara asal atau semata-mata berdasarkan ketersediaan personel, melainkan mempertimbangkan profesionalisme, pengalaman lapangan, serta kompetensi pelayanan. TL yang belum memiliki pengalaman pelayanan jamaah berpotensi mengalami kesulitan adaptasi, terutama dalam menghadapi situasi lapangan yang kompleks dan dinamis. Selain itu, temuan peneliti menunjukkan bahwa dalam kondisi tertentu, sebagian tugas TL di lapangan kerap dialihkan atau *"dibackup"* oleh Muthawif. Meskipun hal ini dapat membantu kelancaran pelayanan dalam jangka pendek, kondisi tersebut berpotensi menimbulkan ketimpangan peran. Ketika jumlah jamaah cukup besar, beban tambahan ini dapat menyebabkan pekerjaan Muthawif menjadi *overload*, sehingga fokus utama Muthawif sebagai pembimbing ibadah tidak dapat dijalankan secara optimal pada hari-hari berikutnya. Overload pekerjaan tidak hanya berdampak pada kualitas pelayanan, tetapi juga berpotensi mempengaruhi kondisi fisik dan mental Muthawif.

Tekanan kerja yang tinggi, jam pelayanan yang panjang, serta tanggung jawab ganda dapat meningkatkan risiko kelelahan, penurunan kesehatan, bahkan sakit. Kondisi ini dapat berimplikasi serius pada keberangkatan umrah kloter berikutnya, karena Muthawif yang mengalami kelelahan atau gangguan kesehatan tidak lagi mampu memberikan pelayanan maksimal kepada jamaah. Lebih lanjut, ketika Muthawif utama tidak dapat melanjutkan pendampingan pada kloter berikutnya, biro umrah berpotensi menunjuk Muthawif pengganti yang belum tentu memiliki kompetensi dan pengalaman setara. Penunjukan Muthawif pengganti secara mendadak atau tanpa seleksi yang ketat dapat berdampak negatif terhadap kualitas pelayanan jamaah, yang pada akhirnya mereduksi pengalaman ibadah dan menurunkan tingkat kepuasan, loyalitas, serta *word of mouth* jamaah.

Berdasarkan hal tersebut, pelayanan humanis tidak hanya berkaitan dengan sikap empatik dan ramah dalam interaksi langsung dengan jamaah, tetapi juga menyangkut manajemen sumber daya manusia yang adil dan berkelanjutan. Pembagian peran yang proporsional antara TL dan Muthawif

menjadi kunci untuk menjaga kualitas pelayanan jangka panjang. Biro umrah perlu memastikan bahwa TL yang ditugaskan benar-benar memiliki kompetensi pelayanan, pengalaman lapangan, serta kesiapan fisik dan mental, sehingga tidak membebani Muthawif secara berlebihan. Hasil penelitian memperluas pemahaman tentang pelayanan humanis dalam konteks umrah, yang tidak hanya berdampak pada jamaah, tetapi juga pada penyedia layanan atau biro umrah itu sendiri. Pelayanan yang tidak dikelola secara seimbang berpotensi menimbulkan efek domino, mulai dari kelelahan petugas, penurunan kualitas pelayanan, hingga melemahnya loyalitas dan *word of mouth* jamaah dalam jangka panjang. Berdasarkan hasil penelitian dan temuan lapangan, penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk mengkaji lebih lanjut dampak *overload* pekerjaan terhadap kondisi fisik dan mental Muthawif, serta implikasinya terhadap keberlanjutan kualitas pelayanan umrah. Kajian tersebut penting untuk merumuskan model manajemen pelayanan umrah yang tidak hanya berorientasi pada kepuasan jamaah, tetapi juga pada kesejahteraan dan profesionalisme petugas pelayanan ibadah.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan humanis yang diberikan oleh Muthawif dan *Tour Leader* (TL) berperan penting dalam membangun pengalaman ibadah umrah yang positif bagi jamaah. Pelayanan yang sabar, empatik, ramah, kejelasan komunikasi, serta pendampingan yang konsisten mampu memberikan rasa aman, nyaman, dan ketenangan batin bagi jamaah, khususnya jamaah lanjut usia. Pendekatan humanis tersebut tidak hanya membantu jamaah dalam menjalankan rangkaian ibadah secara teknis, tetapi juga meningkatkan pemahaman spiritual selama umrah. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengalaman pelayanan yang positif mendorong terbentuknya loyalitas jamaah dan *word of mouth* yang baik. Jamaah cenderung bersedia menggunakan kembali serta merekomendasikan biro umrah kepada kerabat berdasarkan pengalaman langsung yang dirasakan selama perjalanan ibadah. Namun demikian, penelitian ini juga mengungkap adanya dinamika pelayanan yang perlu mendapat perhatian, khususnya terkait pembagian peran dan beban kerja antara Muthawif dan TL. Ketimpangan peran dan overload pekerjaan berpotensi mempengaruhi kondisi fisik dan mental Muthawif, yang pada akhirnya dapat berdampak pada kualitas pelayanan pada keberangkatan berikutnya. Oleh karena itu, pelayanan humanis dalam konteks umrah tidak hanya menuntut sikap empatik dalam interaksi dengan jamaah, tetapi juga

membutuhkan manajemen sumber daya manusia yang proporsional, profesional, dan berkelanjutan guna menjaga kualitas pelayanan jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan dan penyelesaian penelitian ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada biro umrah Surya Madina yang telah memberikan izin dan dukungan selama proses pengumpulan data, serta kepada Muthawif dan Tour Leader yang bersedia bekerja sama dalam penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh jamaah umrah keberangkatan 10 Januari 2026 yang telah bersedia menjadi responden dan memberikan informasi secara terbuka.

DAFTAR PUSTAKA

Abror, M. A. M., & Anang, A. W. (2024). Strategi Pendamping Umroh Dalam Menghadapi Perilaku Jama'ah Di PT. Brahmana Muda Sentosa | Social Science and Contemporary Issues Journal. Retrieved from https://journal.scidacplus.com/index.php/sscij/article/view/355?__cf_chl_tk=HH0z..V5EhgILrrGNHaTyfg4zPRUPiIJLUu_uISw2VM-1770004523-1.0.1.1-WV.vWyNa5ulMgGNkDVRGVocBGOupoQ_PjNircPiyB9Y

Bashir, H. (2024). Elucidating the role of contributors enriching spiritual and religious inspirations for the Muslims to perform holy umrah pilgrimage to Mecca. International Journal of Innovation and Business Strategy (IJIBS), 19, 36–47.

Choliq, A. (2018). ESENSI PROGRAM BIMBEL MANASIK HAJI UPAYA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT. At-Taqaddum, 23–49. https://doi.org/10.21580/at.v10i1.2540

Edruce, S. A. A. H., Nizar, T. J., & Yusof, F. M. (2014). Tahap Kefahaman Jemaah Haji Malaysia Terhadap Pelaksanaan Ibadat Haji: Satu Penilaian Kuantitatif. Jurnal Teknologi (Sciences & Engineering), 68(1). https://doi.org/10.11113/jt.v68.2895

Fadhly, M., Aziz, M. A. A., Masdar, A. K. C., Nadira, L., & Wismanto, W. (2024). Pendidikan Tata Cara Pelaksanaan Haji dan Umrah Bagi Mahasiswa PGMI Pada Mata Kuliah Fiqih Ibadah. ALFIHRIS : Jurnal Inspirasi Pendidikan, 2(2), 152–162. https://doi.org/10.59246/alfihris.v2i2.778

Fauzy, S. A., & Patoni, K. S. (2024). Management Analysis in Health Services for Hajj Pilgrims at the Karawang District Health Service. Journal of Community Service and Student Work, 1(1), 17–21. https://doi.org/10.58229/jcssw.v1i1.154

Nor, M. A. I. M., Mahdzar, M., Amil, N. H., & Hisam, N. K. I. I. (2023). EFFECTS OF UMRAH SERVICE QUALITY ON PILGRIMS' SATISFACTION AMONGST

UMRAH TRAVEL AGENTS IN SELANGOR, MALAYSIA. Jurnal 'Ulwan, 8(3), 96–107.

Nurrachmi, I., Imaniyati, N. S., & Putra, P. A. A. (2024). MUTHAWWIF COMPETENCY IMPROVEMENT TRAINING IN THE SERVICE OF HAJJ AND UMRAH PILGRIMS IN SAUDI ARABIA. International Journal of Educational Review, Law and Social Sciences, 4(4). https://doi.org/10.54443/ijerlas

Putri, D. A. (2022). Legal Policy of Implementation of Organizing Umrah Worship in Indonesia. Global Legal Review, 2(1), 18–30. https://doi.org/10.19166/glr.v2i1.4072

Rao, A. M., & Haikal, M. F. (2025). Manajemen PHU (Penyelenggaraan Haji dan Umrah) Kanwil Kemenag Sumut dalam Upaya Pencegahan Penipuan Travel Haji dan Umrah. Al-Fikra : Jurnal Ilmiah Keislaman, 24(1), 37–51. https://doi.org/10.24014/af.v24i1.37268

Rohmatillah, L., & Oktaviani, F. (2023). PERAN TOUR LEADER DALAM MEMIMPIN ROMBONGAN JAMAAH IBADAH UMRAH PT. NUR HARAMAIN MULIA. HARAMAIN : Jurnal Manajemen Bisnis, 3(03), 349–355.

Sari, F. P. (2019). Pengaruh customer experience terhadap minat pembelian ulang paket umrah di PT Pesona Mozaik Kota Cirebon (Skripsi). Universitas Pendidikan Indonesia, Jakarta.

Singka, E. J., & Ericca, I. (2020). Hajj health management in Indonesia. Medical Journal of Indonesia, 29(2), 117–119. https://doi.org/10.13181/mji.com.204749