

ABSTRAK

Masyarakat Indonesia dengan penduduk muslim terbesar dan minat dalam melakukan perjalanan ibadah umrah dan haji menjadi peluang bagi industri pariwisata untuk menyediakan jasa biro perjalanan wisata khusus umrah dan haji. Setiap biro perjalanan memiliki strategi sendiri dalam pelayanannya. Pelayanan dapat mencapai kepuasan apabila terdapat komunikasi yang baik terhadap calon jamaah. Ebad Group Malang mempunyai strategi peningkatan pelayanan oleh *customer service officer*. Tujuan dilakukannya penelitian dalam tugas akhir ini adalah untuk mengetahui peningkatan kualitas pelayanan oleh *customer service officer* terhadap jamaah haji dan umrah di Ebad Group Malang. Penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yaitu observasi partisipan, wawancara, dan dokumentasi. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam kepada pihak terkait dan jamaah di Ebad Group Malang. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku maupun sumber lainnya. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan program peningkatan pelayanan oleh *customer service officer* adalah merekrut SDM yang memiliki *skill* komunikasi, mengidentifikasi latar belakang jamaah, melayani jamaah dengan sepenuh hati dan *sharing season* materi *customer service*. Respon jamaah loyal haji dan umrah terhadap strategi peningkatan kualitas pelayanan oleh *customer service officer* sangat baik. Terlihat dari pernyataan jamaah mengenai pelayanan berdasarkan harga, kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi dari Ebad Group.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan; Customer Service Officer; Loyalitas; Ebad Group*

ABSTRACT

Muslim gives a high opportunity to the tourism industry by providing a special travel agency for Hajj and Umrah. Every travel agencies have different strategies in doing their services. The good services will be achieved through good communication skills of their employee to their customer. Ebad Group Malang held a own strategy of service quality by their customer service officer. The aim of this research is to find the strategy of service quality by customer service officer of loyalty at Ebad Group Malang. This research employs a descriptive qualitative method with participant observation, interview, and documentation as the data collection technique. The primary data are collected by observation and in-depth interview with the Customer of Hajj and Umrah and the head of Ebad Group Malang. Meanwhile, the secondary data are collected from library research. The result of the study shows that the Service Improvement Program that performed by customer service officer is by choosing human resource with good communication skill, identifying the pilgrimages' background, serving the customers with heart and holding a sharing season of customer service material. The responses of the customers of the Strategy is remarkable. It is shown from the customer statement about the service of the price, the quality of service, the quality of product and the promotion from Ebad Group Malang.

Keywords : *Service Quality; Customer Service Officer; Loyalty; Ebad Group.*