

Inovasi Self-Service Technology dalam Pelayanan Umrah Pasca Pandemi Covid-19 (Study Pada Pt. Patuna Mekar Jaya Kantor Cabang Bengkulu)

Ahmad Nabila Karim, Asnaini, Evan Stiawan
UIN Fatmawati Sukarno
*ahmadnabila17@gmail.com, asnaini@iainbengkulu.ac.id,
evan@iainbengkulu.ac.id*

ABSTRACT

Technological developments are increasingly rapid in this era and there is a disaster in the form of the coronavirus that attacks almost all corners of the world. It indirectly forces us to reduce interaction and also forces us to switch to an all-digital era. This study aims to determine the application and development of self-service technology in terms of innovation in Umrah services after the COVID-19 pandemic. This study uses a qualitative approach in the form of interviews with PT. PATUNA Mekar Jaya in Bengkulu City. The results of this study can be concluded with the application of self-service technology in Umrah services that has been applied by PT. PATUNA Mekar Jaya is in the form of a website that has been optimized since the pandemic, in which pilgrims can obtain information related to Hajj and Umrah, and can also carry out Umrah package transactions offered on the website. Social media platforms such as Instagram as a medium to promote in terms of packages and experiences of various pilgrims traveling for Umrah using the services of PT. PATUNA Mekar Jaya. The development of self-service technology in Umrah services at PT. PATUNA Mekar Jaya is an application-based technology. Gohalalgo provides various features for the needs of the people, such as worship applications, Hajj pilgrimage marketplace, and halal tourism.

Keywords: Innovation, Self-Service Technology, Umrah, Covid-19.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang kian pesat di era ini dan adanya bencana berupa virus corona yang menyerang hampir di seluruh penjuru dunia. Secara tidak langsung memaksa kita untuk mengurangi interaksi dan juga memaksa untuk beralih era yang serba digital. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui penerapan dan perkembangan *self-service technology* dalam hal inovasi pelayanan umrah pasca pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berupa wawancara terhadap PT. PATUNA Mekar Jaya yang ada di Kota Bengkulu. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penerapan *self-service technology* dalam pelayanan umrah yang telah diterapkan oleh PT. PATUNA Mekar Jaya berupa website yang lebih dioptimalkan semenjak adanya pandemi, di dalam website tersebut para jamaah dapat memperoleh informasi terkait haji dan umrah, juga dapat melakukan transaksi paket umrah yang ditawarkan di dalam website tersebut. Media sosial platform seperti instagram sebagai media untuk melakukan promosi dalam hal paket-paket serta pengalaman dari berbagai jamaah melakukan perjalanan umrah menggunakan jasa PT. PATUNA Mekar Jaya. Perkembangan *self-service technology* dalam pelayanan umrah di PT. PATUNA Mekar Jaya berupa teknologi berbasis aplikasi. *Gohalalgo* menyediakan berbagai fitur untuk kebutuhan umat seperti aplikasi ibadah, *marketplace* umroh haji, wisata halal.

Keyword: Inovasi, Self-Service Technology, Umrah, Covid-19.

A. PENDAHULUAN

Pelaksanaan Haji tahun 1442H/2021 M Pemerintah Kerajaan Arab Saudi khususnya Kementrian Haji dan Umrah dalam upaya mewujudkan tagline yang menggunakan digital atau elektronik. Pemerintah Kerajaan Arab Saudi mengeluarkan layanan digital untuk memberikan pelayanan umrah yaitu, *I'tamarna* dan *Tawakkalna*, kedua aplikasi berbeda fungsinya namun saling berhubungan. *I'tamarna* adalah aplikasi yang lebih spesifik dalam pelayanan Umrah dan Ziarah, sedangkan *Tawakkalna* adalah aplikasi yang mengurus kepentingan lainnya (Kontributor, 2021)

Di era globalisasi seperti saat ini, ada banyak sekali pemanfaatan teknologi baru yang dapat ditemukan. Terutama pada masa pandemi Covid-19, sekarang ini kita dituntut agar selalu berfikir kreatif dan inovatif, dalam melakukan pelayanan kepada konsumen (Gayuh Dwi Prasongko, 2020). Di era new norma segala hal dalam pelayanan dituntut untuk tidak melakukan kontak fisik dengan orang lain untuk meminimalisir terjadi penularan covid -19

Self Service Technology (SST) merupakan suatu teknologi yang memungkinkan seseorang konsumen atau pelanggan dapat melakukan pelayanan terhadap dirinya sendiri tanpa tergantung kepada karyawan. Keberadaan self service technology (SST) tentunya sangat mempengaruhi kebiasaan seseorang sekarang, karena biasanya orang datang ke toko untuk mendapatkan pelayanan oleh pelayan. Namun, saat ini mereka melayani diri sendiri hanya dengan handphone yang mereka pegang (Gayuh Dwi Prasongko, 2020).

Konsep self service technology dapat muncul pertama kali di era saat ini karena pemikiran para pebisnis atau perusahaan-perusahaan yang menginginkan suatu hal yang baru, yang diharapkan dapat memberikan kemudahan sesuai dengan keinginan mereka dan dapat memenuhi kebutuhan, yang terpenting adalah pengurangan biaya atau penghematan biaya dari semua aspek operasional sehingga dengan hal tersebut otomatis dapat meningkatkan profit atau memberikan harga-harga murah kepada produk-produk yang mereka jual (Jati Sasongko, 2020).

Bisnis di bidang pelayaan adalah salah satu bentuk bisnil yang memiliki potensial. Di Indonesia sendiri, bisnis dibidang pelayanan saat ini sedang menunjukkan pertumbuhan dan peningkatan yang signifikan. Hal ini memicu munculnya usaha-usaha baru di dibidang pelayanan, baik usaha dalam skala kecil maupun skala besar. Dengan bertambahnya usaha-usaha baru pada sektor ini menyebabkan tingkat persaingan akan menjadi semakin ketat. Untuk menghadapi persaingan tersebut perusahaan senantiasa dituntut untuk menjalankan aktivitas bisnis dengan inovasi dan kreatifitas yang tinggi serta dapat memberikan pengalaman yang berbeda kepada pelanggan. Pada era teknologi informasi sekarang ini, keberhasilan suatu perusahaan tidak terlepas dari dukungan teknologi yang memiliki

kemampuan dalam mengintegrasikan fungsi-fungsi dalam perusahaan menjadi kesatuan kerja yang efektif dan efisien (Andri wijaya, 2020).

Penerapan *self service technology* sangat membantu dalam penyediaan layanan yang nyaman bagi konsumen dan menjadi sangat penting terutama dalam mencapai produktivitas dan kepuasan dengan fenomena tersebut akan semakin banyak perusahaan yang menerapkan *self-service technology*. Keandalan teknis dari *self service technology* telah menjadi penentu yang kuat terhadap kepuasan layanan berbasis teknologi informasi. *Self service technology* dengan cepat telah mendapatkan daya tarik dalam bidang pelayanan memiliki potensi untuk terus mengalami perkembangan hampir setiap aspek dari pengalaman menikmati pelayanan yang diberikan dan *Self service technology* telah diterapkan di beberapa perusahaan di Indonesia dan berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Self service technology* mudah digunakan dan dapat memberikan kesenangan bagi penggunaanya (Andri wijaya, 2020).

Salah satu topik penelitian yang paling banyak dilakukan adalah perancangan sistem pelayanan berbasis smartphone device. *Self service technology* dapat mengganti sentuhan manusia dalam proses pelayanan karena melalui *Self service technology* calon jamaah melayani diri sendiri dengan antarmuka teknologi. Maka dari itu *Self service technology* semakin banyak disediakan oleh penyedia layanan di berbagai lingkungan bisnis yang berorientasi layanan. Dengan pesatnya perkembangan *Self service technology* masih banyak perusahaan-perusahaan bisnis khususnya di bidang pelayanan yang menggunakan cara manual untuk melayani pesanan. Calon jamaah datang menentukan sendiri paket yang akan mereka beli (Andri wijaya, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan dan penerapan *self-service technology* dalam pelayanan umrah di kota Bengkulu.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Inovasi

Istilah inovasi selalu diartikan berbeda-beda oleh beberapa ahli para ahli. Menurut Trott (2008) inovasi adalah jantung atau pusat aktivitas dari setiap perusahaan karena inovasi berperan penting pada kelangsungan perusahaan, serta Manajemen dari semua aktivitas antara lain proses pembentukan ide, pengembangan teknologi, proses pabrikan, dan pemasaran atas produk baru atau produk yang dikembangkan.

Menurut Drucker (2012), Inovasi adalah alat spesifik bagi perusahaan, dimana dengan inovasi dapat mengeksplorasi atau memanfaatkan perubahan yang terjadi sebagai sebuah

kesempatan untuk menjalankan suatu bisnis yang berbeda. Hal ini dapat dipresentasikan sebagai sebuah disiplin, pembelajaran, dan dipraktikkan.

Pengertian inovasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan suatu hal yang temuan baru yang tentunya berbeda dari yang sudah ada atau sudah ditemukan sebelumnya. Inovasi juga dapat diartikan suatu bentuk karya baru, entah itu alat, gagasan, ataupun metode. Pengertian inovasi merupakan proses terciptanya berasal dari cara berpikir komprehensif dan elastis. Disertai dengan sensitivitas, originalitas, produktivitas, dan kreativitas yang tinggi (Laudia Tysara, 2021).

Dipahami bahwa pengertian inovasi adalah proses terciptanya berasal dari cara berpikir elastis dan komprehensif. Disertai dengan produktivitas, sensitivitas, originalitas, dan kreatifitas yang tinggi. Inovasi secara jelas dipaparkan dalam Undang-Undang No. 19 Tahun 2002, yang berbunyi, Inovasi juga dapat diartikan berbagai aktivitas penelitian atau kegiatan, pengembangan, dan perekayasaan yang dilakukan agar mendapat suatu pengembangan penerapan praktis nilai dan ilmu pengetahuan yang baru, atau teknik baru dalam menerapkan ilmu pengetahuan serta teknologi yang sudah ada ke dalam proses produksi atau produknya (Laudia Tysara, 2021).

Inovasi terlahir dari sebuah gagasan baru. Sementara kemampuan untuk melahirkan dan membangkitkan suatu gagasan baru yang berguna ini dikenal sebagai kreativitas. Inovasi tanpa ada kreativitas tidak akan bisa berjalan, karena inovasi dan kreativitas adalah satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dan biasanya digunakan secara bergantian. Inovasi adalah gabungan dari kreativitas dengan komersialisasi (Stamm, 2008). Perusahaan membutuhkan suatu proses, prosedur, dan struktur yang memungkinkan pelaksanaan tepat pada waktunya dan efektif dari proyek sehingga produk yang dihasilkan sangat inovatif.

Tujuan inovasi secara umum adalah menciptakan suatu kondisi agar bidang usahanya dapat berkembang dengan baik. Menurut Makmur dan Thahier (2015), tujuan inovasi berdasarkan 4 (empat) sisi pandang adalah:

- a. Perspektif anggaran atau financial, yaitu senantiasa mencari inovasi untuk menemukan cara baru dalam menggunakan anggaran yang relatif kecil, tetapi mendapatkan hasil yang banyak.
- b. Perspektif pelanggan, yaitu semua elemen dalam perusahaan senantiasa berinovasi mencari pelanggan yang banyak dan memberika layanan yang terbaik.
- c. Perspektif pengelolaan bisnis internal, yaitu secara realita bahwa setiap unsur manajemen harus memiliki inovasi untuk menciptakan suasana kondusif internal perusahaan.

d. Perspektif pertumbuhan atau perluasan bidang usaha.

2. Self-Service Technology

Self service technology (SST) merupakan suatu teknologi yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pelayanan kepada dirinya sendiri tanpa harus bergantung kepada karyawan, contoh seperti ATM, mobile banking, dan pelayanan melalui internet. Sedangkan *self service technology* (SST) dapat didefinisikan sebagai teknologi antar muka yang memungkinkan konsumen untuk menghasilkan suatu jasa secara mandiri dari keterlibatan karyawan perusahaan langsung. Penggunaan self service technology ini merupakan duatu hal yang menarik bagi perusahaan menawarkan jasa untuk meningkatkan efisiensi pelayanan, meningkatkan pelayanan operasional, memperbanyak pilihan akses pelayanan, dan menyediakan manfaat lebih bagi konsumen (Curran dan Meuter, 2005).

Inovasi pelayanan menggunakan teknologi ini akan menjadi komponen yang penting bagi perusahaan dalam berinteraksi langsung dengan para konsumen untuk mendapatkan kesuksesan jangka panjang perusahaan (Meuter et al, 2000). Menurut Bitner et al. (2010) yang dikutip dalam Lin, Shih, dan Sher (2011), pada konsep *self service technology*, perusahaan tidak dapat menciptakan pelayanan jika tidak adanya partisipasi aktif, dan keterlibatan konsumen. Penggunaan *Self service technology* dikenal secara luas karena telah mentransformasi proses bisnis selama beberapa decade ini (Bitner, dkk, 2010). Biaya tenaga kerja yang murah dengan menggunakan *Self service technology*, menciptakan peningkatan dalam produktivitas, dan juga meningkatkan kinerja korporasi. *Self service technology* telah secara tidak langsung mengubah bagaimana pelayanan yang dibayangkan, dihantarkan, dikembangkan, dan yang di integrasikan ke dalam hal:

- a. Menambah pilihan pemberian pelayanan
- b. Menginspirasi inovasi pelayanan
- c. Memperluas jangkauan pasar.
- d. Memungkinkan karyawan dan pelanggan

Meuter, et al. (2000) menjelaskan bahwasannya telah ada banyak bukti inovasi teknologi yang akan terus berlanjut, berkembang, dan semakin mempengaruhi antara interaksi konsumen dengan perusahaan di mana interaksi ini akan menjadi suatu kriteria penting untuk keberhasilan bisnis perusahaan jangka panjang.

3. Pelayanan

Menurut Kotler (2000:42), pelayanan adalah segala kegiatan atau tindakan yang dapat ditawarkan dan diberikan oleh suatu pihak pada pihak yang lain, dan pada dasarnya hal

yang ditawarkan itu tidak memiliki berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan dalam hal apapun. Menurut Umar (2003:21), secara umum pelayanan merupakan suatu rasa yang menyenangkan dan dibagikan kepada orang lain dengan disertai kemudahan-kemudahan yang dapat memenuhi segala kebutuhan yang diperlukan mereka.

Pelayanan adalah suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya atau konsumennya (Kasmir 2005: 26). Pelayanan secara umum dapat diartikan dengan melakukan suatu kegiatan atau perbuatan yang hasilnya dapat ditujukan untuk kepentingan orang lain, baik perorangan, kelompok atau masyarakat. Moenir (2002:6) menyatakan bahwa pelayanan dapat timbul karena adanya kewajiban sebagai suatu proses penyelenggaraan kegiatan individu maupun organisasi, baik organisasi swasta maupun organisasi pemerintah.

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang ataupun sekelompok orang dengan dilandasi faktor materil melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka memenuhi kebutuhan orang lain sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Payne (2000:11), pelayanan merupakan suatu rasa yang menyenangkan atau tidak menyenangkan yang didapat oleh penerima pelayanan pada saat terjadinya pelayanan. Payne juga menjelaskan bahwa pelayanan konsumen mengandung beberapa pengertian:

- a. Segala bentuk kegiatan yang dilakukan untuk menerima, menyampaikan, memproses dan memenuhi kebutuhan pelanggan dan untuk memperbaiki setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan.
- b. Ketepatan dalam hal waktu dan reliabilitas penyampaian pelayan kepada konsumen sesuai dengan apa yang mereka butuh dan harapan.
- c. Berbagai macam kegiatan yang meliputi semua hal dalam bidang bisnis yang tertata untuk menyampaikan produk dan jasa dengan sedemikian rupa agar dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan merealisasikan pencapaian serta tujuan dari perusahaan tersebut.
- d. Seluruh pesanan yang masuk serta semua komunikasi dari pelanggan.

Penyampaian produk-produk kepada para pelanggan secara akurat dan tepat waktu dengan semua tindak lanjut yang disertai tanggapan dari keterangan yang akurat.

4. Pelayanan Umrah Di Masa Pandemi Covid-19

Pemberangkatan jamaah haji dan umrah berhenti karena virus Corona yang pertama kali ditemukan di Wuhan, China pada akhir 2019 meluas ke seluruh negara hingga menjadi pandemi global. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyebutnya sebagai

Covid-19. Arab Saudi sebagai otoritas penyelenggaraan haji dan umrah menutup warga asing masuk ke negaranya untuk menekan penyebaran Covid-19. Jamaah haji dan umrah asal Indonesia termasuk yang tak diizinkan. Dua tahun sudah Indonesia tak mengirimkan jamaah haji, sementara jamaah umrah sempat diberangkatkan meski akhirnya ditutup kembali (Abdul Malik Mubarak, 2021).

Pemerintah Arab Saudi menghentikan pengajuan visa umrah dan lainnya sejak 27 Februari 2020. Hal ini dilakukan sebagai bentuk antisipasi penyebaran Covid-19 yang terus meluas ke berbagai negara. Indonesia sebagai negara muslim terbesar di dunia sangat terdampak dengan kebijakan tersebut. Pendaftar ibadah umrah terus bertambah tapi tidak bisa diberangkatkan ke Tanah Suci. Oktober 2020 Setelah menutup pintu masuk bagi warga asing lebih dari 8 bulan, Arab Saudi kemudian membuka kembali ibadah umrah secara bertahap mulai 4 Oktober 2020. Ada 4 tahap dalam pembukaan bagi jamaah umrah. Tahap 1, pembatasan kapasitas jamaah maksimal 6.000 orang, tahap 2 sebanyak 15.000 jamaah diizinkan untuk melakukan ibadah umrah atau setara dengan 75% kapasitas normal. Selanjutnya, untuk tahap 3 akan dimulai pada 1 November 2020 dengan kuota 100% bagi jamaah luar Saudi dari negara yang dinilai tak berisiko secara kesehatan (Abdul Malik Mubarak, 2021).

Persis 1 November 2020, Indonesia kembali mengirimkan jamaah umrah ke Arab Saudi. Sebanyak 253 jamaah umrah berangkat dari Bandara Soekarno-Hatta, Cengkareng, Tangerang, dengan pesawat berbadan lebar (wide body) Boeing 777-300 milik maskapai Saudi Arabia Airlines. 3. Februari 2021 Pemerintah Arab Saudi pada 3 Februari 2021 menutup akses masuk bagi warga asing dari 20 negara, termasuk Indonesia. Kebijakan ini diambil pemerintahan Raja Salman karena peningkatan kasus Covid-19 di sejumlah negara akibat varian baru Covid-19 Delta. Penutupan akses masuk ini juga berarti pemberangkatan jamaah umrah kembali dihentikan. Sejak dibuka pada 1 November 2020 dan hingga 2 Februari 2021, total jamaah umrah asal Indonesia mencapai 2.603 orang. Pada Oktober 2021 Serangan varian Delta yang menyebabkan kasus Covid-19 melonjak tajam berangsur-angsur mampu dikendalikan. Vaksinasi dan pembatasan mobilitas masyarakat yang gencar dilakukan pemerintah Indonesia mampu menurunkan kasus Covid-19 secara signifikan. Pada 8 Oktober 2021, Arab Saudi memutuskan membuka kembali akses masuk bagi jamaah umrah Indonesia. Kementerian Agama (Kemenag) bersama asosiasi penyelenggaraan umrah mulai menyusun pedoman pelaksanaan umrah di tengah pandemi. Sebab, meski telah telah diizinkan tapi ada sejumlah persyaratan yang wajib dipenuhi. Setelah skenario siap, lalu ditentukan pemberangkatan jamaah umrah perdana akan dilakukan pada 23 Desember 2021. Rombongan perdana ini rencananya

berisi para pemilik travel dan stakeholder terkait untuk mengetahui setiap tahap pelaksanaan umrah sejak berangkat hingga pulang ke Tanah Air. Namun, pemberangkatan jamaah umrah perdana ini kembali ditunda karena kasus Omicron pertama ditemukan di Indonesia. Presiden Jokowi memerintah kepada pejabat dan masyarakat untuk menunda bepergian ke luar negeri untuk mencegah penularan virus Omicron meluas. Kementerian Agama baru akan melakukan evaluasi setelah 2 Januari 2022 (Abdul Malik Mubarak, 2021).

Syarat dan aturan umrah Pemerintah Arab Saudi hanya melonggarkan kategori usia jemaah umrah dari Indonesia, sedangkan protokol kesehatan lain tetap berlaku. Hal ini diatur dalam Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 719 Tahun 2020 tentang Pedoman Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah pada Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Rosy Dewi Arianti Saptoyo, 2021).

Persyaratan jemaah

- a. Usia sesuai ketentuan pemerintah Arab Saudi (18-60 tahun).
- b. Tidak memiliki penyakit penyerta atau komorbid (wajib memenuhi ketentuan Kemenkes RI).
- c. Menandatangani surat pernyataan tidak akan menuntut pihak lain atas risiko yang timbul akibat Covid-19.
- d. Bukti bebas Covid-19 (dibuktikan dengan asli hasil PCR/swab test yang dikeluarkan rumah sakit atau laboratorium yang sudah terverifikasi Kemenkes dan berlaku 72 jam sejak pengambilan sampel hingga waktu keberangkatan atau sesuai ketentuan pemerintah Arab Saudi).

Protokol kesehatan

- a. Seluruh layanan kepada jemaah wajib mengikuti protokol kesehatan.
- b. Pelayanan kepada jemaah selama di dalam negeri mengikuti ketentuan protokol kesehatan yang ditetapkan Kemenkes.
- c. Pelayanan kepada jemaah selama di Arab Saudi mengikuti ketentuan protokol kesehatan yang ditetapkan pemerintah Kerajaan Arab Saudi.
- d. Protokol kesehatan selama di dalam pesawat terbang mengikuti ketentuan protokol kesehatan penerbangan yang berlaku.
- e. PPIU bertanggung jawab terhadap pelaksanaan protokol kesehatan jemaah selama di tanah air, selama dalam perjalanan, dan selama di Arab Saudi demi perlindungan jemaah.

Kuota pemberangkatan

- a. Pemberangkatan jemaah selama masa pandemi Covid-19 diprioritaskan bagi jemaah yang tertunda keberangkatan tahun 1441H dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan pemerintah Arab Saudi.
- b. Penentuan jumlah Jemaah yang akan diberangkatkan mengacu pada kuota yang diberikan oleh pemerintah Arab Saudi.

Biaya penyelenggaraan ibadah umrah

- a. Biaya penyelenggaraan ibadah umrah mengikuti biaya referensi yang telah ditetapkan oleh Menteri Agama.
- b. Biaya sebagaimana dimaksud pada poin 1 dapat ditambah dengan biaya lainnya berupa pemeriksaan kesehatan sesuai dengan protokol Covid-19, biaya karantina, pelayanan lainnya akibat terjadinya pandemi Covid-19 (Rosy Dewi Arianti Saptoyo, 2021).

5. Pandemi Covid-19

World Health Organization (WHO) menetapkan tentang virus corona atau yang biasa disebut dengan COVID 19 yang menjadi pandemi karena virus ini telah menyebar ke berbagai negara bahkan sudah mendunia. WHO mengartikan pandemi sebagai suatu kondisi populasi pada dunia dan berpotensi menjadikan jatuh dan sakit. Pandemi sendiri adalah wabah yang berjangkit secara bersamaan dimana-mana yang menyebar luas. Pandemi COVID 19 ini juga berdampak dari berbagai sektor kehidupan seperti ekonomi, sosial dan juga pendidikan. Organisasi Pendidikan, Keilmuan, dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-Bangsa atau United Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO) pada hari Kamis 5 Maret 2020 menyatakan bahwa wabah COVID 19 ini telah berdampak pada dunia pendidikan (Hendra Irawan, 2020)

Pandemi adalah wabah penyakit yang menyebar sangat cepat kepada orang-orang dan terjadi hampir di seluruh daerah di dunia, mencakup jangkauan yang sangat luas, serta melintasi batas internasional (Masrul, 2020).

Menurut pemerintah China, awal mula virus yang menyebabkan penyakit Covid-19 ini berasal dari pasar basah yang menjual berbagai macam hewan yang biasa dikonsumsi oleh orang China seperti tikus, kelelawar, dll (Handayani, 2020: 120).

C. METODE

1. Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif

merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubahnya menjadi entitas-entitas kuantitatif (Mulyana, 2008: 150). Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan wawancara dan studi dokumentasi.

a. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mengetahui, melengkapi data, dan memperoleh data yang akurat dengan sumber data yang tepat. Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai 2 orang informan yang berkerja di PT. PATUNA Mekar Jaya dan sudah berpengalaman di bidangnya.

b. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi dalam penelitian ini diperlukan untuk mempertajam analisis penelitian yang berkaitan dengan penerapan inovasi self-service technology dalam pelayanan umrah di PT. PATUNA Mekar Jaya.

3. Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif mencakup transkrip hasil wawancara, reduksi data, analisis, interpretasi data dan triangulasi. Dari hasil analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan.

D. HASIL PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. PATUNA Mekar Jaya di Kota Bengkulu. Pemilihan lokasi travel didasari kepada eksistensi travel yang mampu bertahan sampai pasca pandemi ini berlangsung. Berdasarkan hal tersebut informan atau travel yang terpilih yaitu PT Patuna Mekar Jaya. *Indicator* dari penelitian ini adalah inovasi yang dilakukan PT PATUNA Mekar Jaya dalam memberikan pelayanan kepada jamaah umrah pasca pandemic covid-19. Variabel masalah dalam penelitian ini yaitu inovasi *self service*

technology pelayanan pasca pandemi di kota Bengkulu. Penelitian ini melibatkan 2 pegawai berpengalaman dari PT. PATUNA Mekar Jaya sebagai informan.

Hasil dari penelitian menggunakan metode wawancara menghasilkan berbagai jawaban dari beberapa pertanyaan yang peneliti ajukan kepada kedua informan dari PT. PATUNA Mekar Jaya.

Informan A (25 tahun) sebagai karyawan PT. PATUNA Mekar Jaya yang berkerja pada bidang Administrasi. Berikut penuturan dari pertanyaan diajukan.

Inovasi *Self-Service Technology* apa saja yang PT. PATUNA Mekar Jaya berikan kepada para calon jamaah umrah?

“Untuk inovasi self-service technology yang PT. PATUNA Mekar Jaya berikan kepada calon jamaah berupa website resmi dari PT. PATUNA. Disana jamaah dapat melihat profil tentang patuna, info terbaru seputar umrah dan haji, dan tentunya jamaah dapat melihat paket-paket yang PT. PATUNA tawarkan kepada jamaah”, Informan A.

Selanjutnya adalah pertanyaan tentang bagaimana cara pihak PT. PATUNA mengedukasi jamaah untuk menggunakan website PT. PATUNA atau aplikasi GohalalGo?

“Untuk memberi pengetahuan terkait penggunaan aplikasi GohalalGo atau website dari PT. PATUNA itu sendiri. Patuna memberikan edukasi dengan cara menghadirkan keluarga dari calon jamaah yang ingin melaksanakan umrah, yang paham akan teknologi digital. Kemudian karyawan akan emberikan edukasi kepada keluarga tersebut terkait penggunaan website dan aplikasi dari patuna untuk memudahkan para calon jamaah dalam bertransaksi kedepannya”, Informan A.

Selanjutnya adalah tentang strategi marketing PT. PATUNA pasca pandemi?

"Strategi marketing patuna pasca pandemic adalah door to door dan memaksimalkan marketing menggunakan sosial media. Door to door maksudnya ialah jamaah yang sudah melaksanakan umrah menggunakan patuna, menceritakan menceritakan pengalamannya selama melaksanakan umrah bersama patuna kepada calon jamaah yang ingin melaksanakan umrah. Marketing patuna menggunakan sosial media berupa facebook dan instagram. Memberikan posting ter-update terkait informasi-informasi seputah umrah dan haji, juga menginfokan seputar paket-paket terbaru yang ditawarkan patuna kepada jamaah pengguna sosial media”, Informan A

Informan B (27 tahun) sebagai karyawan PT. PATUNA Mekar Jaya yang berkerja pada bidang keuangan. Berikut penuturan dari pertanyaan diajukan.

“PT. PATUNA juga mengikuti perkembangan inovasi dalam hal memperluas daerah pemasaran dengan manjadi salah satu market didalam sebuah aplikasi bernama GohalalGo”, Informan B.

Selanjutnya adalah tentang kendala-kendala yang dihadapi PT. PATUNA selama pandemi?

“Hal-hal yang mempengaruhi jalannya patuna salah satunya karena adanya pandemic selama 2 tahun belakang, namun umrah tidak jalan, alhamdulillah kantor patuna masih dibuka. Kantor patuna dibuka karena untuk mempermudah calon jamaah yang ingin memperoleh informasi terkait haji dan umrah. Dengan bukanya kantor patuna bertujuan juga memberikan rasa aman kepada jamaah yang sudah menyetorkan uangnya ke pihak patuna, sehingga meminimalisir keluarnya stement-stetment negative seperti uangnya dilarikan atau lainnya dipikiran jamaah patuna.”, Informan B.

Hasil pernyataan dari informan A dan informan B mengenai inovasi self-service technology yang diberikan PT. PATUNA kepada jamaahnya, terdapat beberapa inovasi dari PT. PATUNA yaitu, website patuna dan market patuna didalam aplikasi GohalalGo.

2. Pembahasan Perkembangan dan Penerapan *Self-Service Technology* Dalam Pelayanan Umrah.

a. Penerapan Website di Patuna

Menurut (Putri, 2019) Penerapan adalah proses, cara atau perbuatan sebagai kemampuan meningkatkan bahanbahan yang dipelajari dengan rencana yang telah disusun secara sistematis, seperti metode, konsep dan teori.

Gambar 1
Website PT. PATUNA Mekar Jaya



Halaman website yang dimiliki oleh PT Patuna Mekar Jaya yaitu www.patunatravel.com. Dengan adanya website ini diharapkan kepada masyarakat ataupun calon jamaah yang aktif dalam menggunakan internet dapat memanfaatkan dan lebih mengetahui tentang produk-produk yang ditawarkan, dan diharapkan juga masyarakat atau para calon jamaah dapat mengenal PT Patuna Mekar Jaya lebih dalam. Karena jangkauan internet yang luas dan pemakainya yang banyak, sehingga perusahaan akan dikenal oleh masyarakat banyak dan dapat mendatangkan calon konsumen dengan promosi melalui website.

b. Perkembangan Dengan Aplikasi GohalalGo

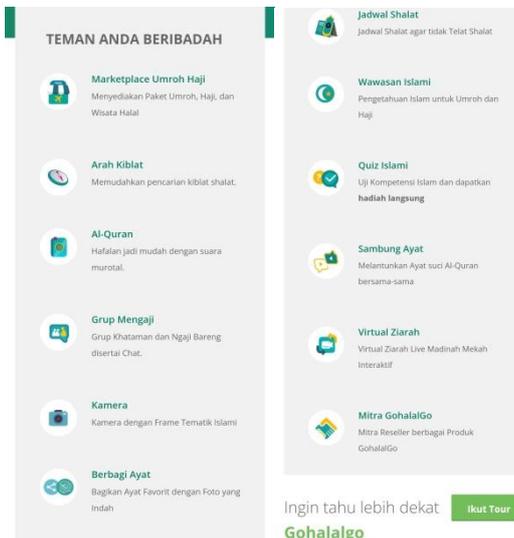
Menurut Sugiono (2007:) bahwa Research and Development adalah metode pengembangan yang dipergunakan untuk menghasilkan suatu produk tertentu. Pendapat tersebut pengembangan berarti memiliki orientasi terhadap produk yang teruji efektivitasnya

Gambar 2
Aplikasi GohalalGo



GohalalGo adalah aplikasi yang menyediakan fitur ibadah lengkap baik berupa Al Quran, Jadwal, shalat, arah kiblat, live makkah, live madinah, tutorial manasik, kamera frame muslim, group ngaji, dan group khatam digital. Alquran di GohalalGo sudah dilengkapi dengan fitur tracking mengaji informatif yang memudahkan kita memonitor progress mengaji dan dapat melihat riwayat mengaji harian. Selain itu kamu bisa share ayat, bookmark, dan juga memutar audio untuk mendengarkan lantunan ayat suci Al Quran.

Gambar 3
Features yang ada di dalam GoHalalGo



CEO GoHalalGo Hega Bernoza mengatakan, “GoHalalGo fokus menyediakan layanan terintegrasi berupa paket haji dan umrah, wisata halal, pembiayaan syariah, asuransi syariah, pemesanan tiket pesawat dan hotel, serta feature kebutuhan umat muslim seperti jadwal salat, arah kiblat dan Al Quran” (Eko Sutriyanto, 2019).

Selain fitur ibadah, Gohalalgo juga dilengkapi dengan marketplace umroh, haji, dan wisata halal dari puluhan biro travel resmi ternama, terpercaya, dan tentunya terdaftar di Kementerian Agama Republik Indonesia. Paket-paket perjalanan ditampilkan dengan detail dan tersaji lengkap secara realtime. CEO GoHalalGo Hega Bernoza mengklaim memiliki jasa layanan penyedia paket haji dan umrah terbesar di Indonesia. Saat ini, GoHalalGo telah menjalin mitra kerja sama dengan 40 Perusahaan Penyelenggara Umrah Indonesia (PPIU) dengan menyediakan sekitar 500 paket umrah.

Untuk memudahkan para calon jemaah, GoHalalGo memberikan fasilitas cicilan nol persen (0%) dengan menggandeng sejumlah bank syariah. Alternatif jangka waktu pinjaman pun beragam, mulai dari 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan. Bagi para jemaah yang ingin berbelanja tidak perlu khawatir belanja di Gohalalgo, karena sistem kita terkoneksi langsung dengan perusahaan travel. setelah mendaftar jemaah akan mendapatkan kode booking yang langsung bisa kamu cek ke via telp ke perusahaan Travel untuk cek keabsahan kode booking tersebut. Keuntungan lainnya, para calon jemaah akan diberikan cash back dari GoHalalGo hingga senilai Rp3,5 juta dari setiap paket yang ditawarkan. Tak hanya calon jemaah, para perusahaan travel yang menjadi mitra juga akan mendapatkan keuntungan dengan konsep pemasaran GoHalalGo.

PT. PATUNA Mekar Jaya merupakan salah satu dari 40 perusahaan yang telah terdaftar secara resmi di dalam aplikasi GoHalalGo. Namun PT. PATUNA Mekar Jaya masih belum memaksimalkan penerapan *self-service technology* berbasis aplikasi tersebut

karena dinilai masih jarang sekali calon jamaah melakukan transaksi menggunakan aplikasi GoHalalGo.

E. KESIMPULAN

Dari hasil kajian dan tinjauan yang ada dapat ditarik kesimpulan bahwa perubahan model bisnis harus dilakukan mengingat setiap era industri harus diikuti dengan sebuah perubahan yang akan membawa para pelaku bisnis kearah yang lebih bisa bertahan kedalam persaingan khususnya didalam bisnis yang mengharuskan aspek pelayanan lebih diperhatikan dan penggunaan sistem informasi dan teknologi informasi pada masa Industri 4.0 ini dapat dijadikan sebagai senjata dalam persaingan sehingga menghasilkan sebuah nilai *competitive advantage* dengan memanfaatkan *self-service technology*. Dan penerapan teknologi didalam setiap proses bisnis akan memberikan pengalaman baru bagi. Pelanggan dan memberikan nilai efektif dan efisien bagi pemilik usaha meskipun dalam pengimplementasian teknologi dalam dunia bisnis mengharuskan investasi yang besar. Pengembangan dan penerapan *self-service technology* dalam pelayanan umrah masih sangatlah minim, karena dilain sisi kita yang baru saja memasuki era pasca pandemi dan juga pemerintah arab yang belum buka jalur keberangkatan Jemaah umrah, membuat penggunaan self-servis technology berupa website dan aplikasi masih sangatlah jarang. Banyak dari jamaah umrah yang masih belum paham terkait penggunaan website dan aplikasi, dikarenakan mereka yang sudah tua dan jarang berinteraksi menggunakan gadget.

SARAN DAN UCAPAN TERIMA KASIH

Inovasi *self-service technology* masih perlu terus dikembangkan dan diterapkan dalam pelayanan ibadah umrah khususnya di Kota Bengkulu. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak PT. PATUNA Mekar Jaya yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian disana.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Komariah dan Djam'an Satori. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Adrian Payne. (2000). *Pemasaran Jasa (The Essence of Service Marketing)*. Andi Offset: Yogyakarta.
- A.S Moenir. (2002). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Curran, J. and Meuter, M. (2005) Self-Service Technology Adoption: Comparing Three Technologies, *Journal of Services Marketing*, 19(2), pp.103-13.

- Harahap, R. A. (2019). *Perencanaan Peningkatan Pelayanan Jamaah Haji dan Umrah Pada Travel An Cipta Wisata Cabang Riau Pekanbaru*. Skripsi. Riau: UIN Sultan Syarif Kasim.
- Husein, Umar. (2003). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Graya Grafindo Persada.
- Kifli, dzul. (2010). *Manajemen Pelayanan Jamaah Haji dan Umrah PT. PATUNA Tour and Travel*. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Kontributor, “Digitalisasi Haji dan Umrah dan Ibadah Bi Salamin Aminin”, (<https://kemenag.go.id/read/digitalisasi-haji-dan-umrah-di-saudi-dan-ibadah-bi-salamin-aminin-18nzd>, diakses pada 12 Januari 2022, 09.43 WIB).
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran: Marketing 9e Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Jilid 1, Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Mahrin, R. S. (2020). *Pengaruh Self-Service Technology dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah*. Skripsi. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Meuter, M.L., Ostrom, A.L., Rounders, R.I., and Bitner, M.J. (2000). Self-service technologies: understanding customer satisfaction with technology-based service encounters. *Journal of Marketing*, Vol. 64: 50-64.
- Noor, M. (2018). Haji dan Umrah. *Jurnal Humaniora Teknologi*, 4(1), 38-42.
- Rosyidah, N., Lestari, A. A. (2021). *Pengaruh Self-Service Technology Quality Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel (Studi Pada Pelanggan Mc Donald’s di Surabaya)*. *Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 14-27.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Wijaya, A. (2020). Implementasi Konsep Self Service Technology (SST) Pada Model Bisnis Restoran. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 3(2), 63-66.
- Wicaksono, B. S., Kumadji, S., Mawardi, M. K. (2015). *Pengaruh Self-Service Technology Terhadap Kepercayaan, Kepuasan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah (Survei Pada Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Malang Kawi Kanwil Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(2), 1-10.