

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian tentang strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan jamaah umroh, berdasarkan hasil dan penelitian. Sahid Tour merupakan salah satu biro perjalanan ibadah Haji dan umrah yang berpartisipasi membantu pemerintah dalam hal penyelenggaraan ibadah haji dan umrah dengan memberikan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan bimbingan ibadah haji dan umrah.

Sahid Tour, sebagai perusahaan dengan fokus pada pasar atau target yang menengah ke atas, memiliki kebutuhan untuk menerapkan strategi yang tepat agar sesuai dengan sasarannya. Dalam rangka mencapai kesuksesan, perusahaan harus memahami dan merumuskan langkah-langkah yang efektif untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen potensialnya.

Salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh Sahid Tour adalah mengkaji secara mendalam profil pasar atau targetnya. Ini melibatkan analisis terperinci tentang preferensi dan kebiasaan wisatawan menengah ke atas, seperti preferensi destinasi, tipe akomodasi yang dicari, gaya liburan yang diminati, dan kebutuhan khusus lainnya. Dengan pemahaman yang mendalam tentang profil pasar, perusahaan dapat menyesuaikan penawaran produk dan layanan mereka untuk memenuhi harapan dan keinginan konsumen. Selanjutnya, Sahid Tour harus mengembangkan portofolio produk dan layanan yang menarik dan eksklusif untuk segmen pasar

menengah ke atas. Ini dapat mencakup paket liburan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan, pengalaman liburan mewah, dan akses ke tempat-tempat eksklusif atau aktivitas yang jarang dijumpai oleh pelanggan pada segmen pasar lainnya. Dengan demikian, perusahaan dapat membedakan dirinya dari pesaing dan menarik minat pelanggan yang lebih berkecukupan.

Selain itu, Sahid Tour juga perlu memperhatikan faktor kualitas layanan dan pengalaman pelanggan. Pelanggan menengah ke atas cenderung memiliki harapan yang lebih tinggi terhadap layanan yang diberikan. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa stafnya terlatih dengan baik dan dapat memberikan layanan yang profesional dan memuaskan. Selain itu, perusahaan juga harus memperhatikan setiap detail dalam mengatur perjalanan wisata, mulai dari transportasi, akomodasi, hingga kegiatan-kegiatan di tempat tujuan. Dengan memberikan pengalaman liburan yang tak terlupakan, perusahaan dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan yang lebih kuat.

Selanjutnya, dalam rangka mencapai target pasar menengah ke atas, Sahid Tour perlu mengembangkan strategi pemasaran yang tepat. Ini melibatkan penggunaan media dan saluran pemasaran yang relevan dengan audiensnya, seperti publikasi di majalah atau media online yang berfokus pada gaya hidup mewah, kerjasama dengan agen perjalanan terkemuka, dan kemitraan dengan perusahaan atau merek mewah lainnya. Dengan memanfaatkan platform yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan

kesadaran mereknya di kalangan target pasar yang diinginkan.

Terakhir, Sahid Tour harus secara terus-menerus melakukan evaluasi dan analisis kinerja. Perusahaan perlu mengumpulkan dan menganalisis data tentang penjualan, umpan balik pelanggan, dan tren pasar terkini.

Dilihat dari data penulis melakukan wawancara Sahid Tour merupakan travel yang memiliki peluang yang baik untuk berkembang sehingga dapat membuat kemajuan yang terbaik dengan menerapkan strategi untuk menarik orang yang datang untuk haji dan menggunakan jasa travel Haji dan Umroh milik Sahid Tour. Beberapa strategi yang diterapkan adalah menjual sesuai pasar, strategi kebijakan untuk penyampaian program, kualitas yang baik.

B. Saran

1. Dalam konteks organisasi modern, penting untuk menyadari kekurangan yang mungkin muncul pada manajer, pegawai, dan anggota lainnya yang terlibat di dalamnya. Agar organisasi dapat berkembang secara berkelanjutan, penting untuk melakukan evaluasi bersama terhadap kelemahan yang ada dan mengambil langkah-langkah untuk mengatasinya. Proses ini memungkinkan kita untuk menjaga dan meningkatkan hubungan yang harmonis di antara semua pihak yang terlibat, sehingga tercipta kerja sama yang baik dalam mencapai tujuan bersama. Evaluasi bersama terhadap kekurangan manajer, pegawai, dan anggota lainnya adalah langkah penting dalam meningkatkan efektivitas organisasi. Dalam melakukan evaluasi ini, kami mengidentifikasi area di mana kelemahan individu atau

kelompok dapat mempengaruhi kinerja keseluruhan. Hal ini mencakup keterampilan manajerial yang perlu ditingkatkan, kualitas kerja yang perlu diperbaiki, atau perubahan yang perlu dilakukan dalam komunikasi dan kolaborasi. Dengan menjaga dan meningkatkan hubungan yang harmonis di antara semua anggota organisasi, kita menciptakan lingkungan yang mendukung dan mempromosikan kerja sama yang baik. Ini melibatkan pengembangan saling pengertian, kepercayaan, dan penghargaan antara manajer, pegawai, dan anggota lainnya. Ketika setiap individu merasa dihargai dan didukung, mereka lebih cenderung berkontribusi dengan maksimal dan bekerja sama secara efektif. Melalui evaluasi bersama dan upaya untuk menjaga hubungan yang harmonis, kita dapat menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan kolaboratif. Ini memungkinkan adanya pertukaran ide dan pengetahuan yang lebih baik, memperkuat kekuatan kolektif, dan menciptakan sinergi di antara anggota tim. Ketika kerja sama yang baik terjalin, organisasi dapat mencapai tujuan mereka dengan lebih efisien dan efektif. Dalam kesimpulannya, evaluasi bersama terhadap kekurangan yang ada pada manajer, pegawai, dan anggota lainnya adalah langkah yang penting dalam meningkatkan efektivitas organisasi. Dengan menjaga dan meningkatkan hubungan yang harmonis, kita menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kerja sama yang baik. Dengan demikian, organisasi dapat mencapai tujuan bersama dengan lebih baik dan menghadapi tantangan yang ada

dengan lebih tanggap.

2. Mengadakan evaluasi program yang telah atau sedang dijalankan, dengan tujuan pelayanan haji dan umrah menjadi lebih baik lagi kedepannya.
3. Dalam rangka memperluas pemahaman akan keberadaan Sahid Tour dan meningkatkan kepopuleran mereknya, perlu adanya upaya yang terencana dan terarah dalam mengoptimalkan strategi promosi. Tujuan utama dari langkah ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang layanan dan produk yang ditawarkan oleh Sahid Tour, dengan harapan dapat mencapai pemasaran yang lebih luas serta meningkatkan pangsa pasar perusahaan.

Dalam era digital yang berkembang pesat ini, Sahid Tour perlu memanfaatkan potensi platform daring dan media sosial sebagai alat yang efektif dalam strategi promosinya. Mereka harus memperbarui dan meningkatkan kehadiran mereka di berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter dengan konten yang menarik dan relevan. Dalam hal ini, mereka dapat mengunggah foto-foto liburan yang menginspirasi, cerita pengalaman pelanggan yang memuaskan, serta ulasan positif tentang layanan mereka. Hal ini akan membantu menciptakan buzz positif di kalangan pengguna media sosial dan mendorong mereka untuk berbagi informasi tentang Sahid Tour dengan keluarga, teman, dan pengikut mereka.

Selain itu, penting bagi Sahid Tour untuk melakukan kemitraan dengan

influencer atau selebriti yang memiliki basis pengikut yang besar di media sosial. Dengan menjalin kerja sama dengan mereka, Sahid Tour dapat memanfaatkan popularitas dan pengaruh mereka untuk memperluas jangkauan promosi merek mereka. Influencer tersebut dapat diundang untuk mengikuti perjalanan liburan dengan Sahid Tour dan membagikan pengalaman mereka kepada pengikut mereka melalui postingan, foto, atau video. Tindakan ini tidak hanya akan meningkatkan eksposur merek, tetapi juga akan memberikan legitimasi dan kepercayaan kepada calon pelanggan yang melihat rekomendasi dari influencer yang mereka ikuti.

Selain strategi promosi digital, Sahid Tour juga perlu mengoptimalkan promosi offline mereka. Mereka dapat mengadakan acara pameran dan promosi di berbagai tempat strategis seperti mal, pusat perbelanjaan, atau pusat kota yang ramai. Dalam acara ini, Sahid Tour dapat menyediakan brosur, selebaran, dan informasi terperinci tentang paket liburan mereka. Mereka juga dapat memberikan penawaran khusus, seperti diskon atau hadiah bagi pelanggan yang mendaftar selama acara tersebut. Dengan demikian, Sahid Tour dapat menarik minat calon pelanggan secara langsung dan memberikan kesempatan kepada mereka untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang layanan yang ditawarkan. Selain upaya promosi, penting juga bagi Sahid Tour untuk meningkatkan kualitas layanan mereka agar sesuai dengan citra merek yang mereka bangun. Pelayanan yang ramah, efisien, dan

profesional akan meningkatkan pengalaman pelanggan dan berpotensi mendorong mereka untuk merekomendasikan Sahid Tour kepada orang lain. Dalam kesimpulannya, dengan mengadopsi strategi promosi yang

4. Dalam upaya menjaga kepercayaan jamaah terhadap pelayanan yang diberikan, sangat penting untuk mempertahankan program penyelenggaraan yang telah ternilai baik. Program ini memiliki dampak positif yang signifikan bagi jamaah, dan upaya harus dilakukan untuk memastikan kelangsungan dan peningkatan kualitasnya. Dalam konteks ini, mempertahankan program penyelenggaraan yang terbukti berhasil berperan sebagai pilar utama dalam memperkuat hubungan yang positif antara penyelenggara dan jamaah.

Pertama-tama, program penyelenggaraan yang telah ternilai baik memberikan manfaat nyata bagi jamaah. Program ini mungkin meliputi pemberian pelayanan yang berkualitas, fasilitas yang memadai, dan pengalaman yang memuaskan. Dengan mempertahankan program ini, jamaah dapat merasakan bahwa kebutuhan dan harapan mereka diakomodasi dengan baik. Ini tidak hanya menciptakan kepuasan individu, tetapi juga membangun kepercayaan kolektif dalam penyelenggaraan.

Selanjutnya, mempertahankan program penyelenggaraan yang sukses adalah langkah penting dalam menjaga reputasi dan integritas

penyelenggara. Kepercayaan jamaah bukanlah sesuatu yang diberikan begitu saja, tetapi harus diperoleh dan dipertahankan melalui upaya berkelanjutan. Ketika jamaah menyadari bahwa program penyelenggaraan telah teruji dan tetap konsisten dalam memberikan layanan yang baik, mereka akan merasa yakin dan memiliki kepercayaan yang lebih besar terhadap penyelenggara. Selain itu, mempertahankan program penyelenggaraan yang telah ternilai baik mencerminkan komitmen penyelenggara dalam meningkatkan kualitas dan keunggulan pelayanan. Dalam dunia yang terus berubah dan berkembang, perubahan positif harus terus dilakukan agar dapat menghadapi tantangan baru dan memenuhi harapan jamaah. Dengan mempertahankan program yang terbukti berhasil, penyelenggara dapat menunjukkan dedikasi mereka dalam memberikan pelayanan yang terbaik, yang pada gilirannya memperkuat keyakinan jamaah dalam penyelenggaraan. Terakhir, mempertahankan program penyelenggaraan yang ternilai baik adalah langkah strategis untuk membangun hubungan jangka panjang antara penyelenggara dan jamaah. Dalam jangka waktu yang lebih lama, program ini dapat menjadi fondasi yang kokoh bagi interaksi yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak. Jamaah yang merasa puas dan percaya pada penyelenggaraan akan cenderung tetap setia dan berkomitmen, yang pada gilirannya membuka peluang untuk kolaborasi yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Lawrence & William. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. (Jakarta: Erlangga, 1988), h. 12
- Sumarsan, Thomas. *Sistem Pengendalian Manajemen*, (Jakarta: Indeks, 2013), h.61
- Nazarudin, *Manajemen Strategik*, (Palembang: CV. Amanah,2018), hal. 2
- Lantip Diatprasojo, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: UNY Press,2018), Hal.1
- Pearce dan Robinson, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1997), Hal. 20.
- Sthephanie dan K. Marrus, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: Rajawali Press,2002), hal. 31.
- Sondang Siagian, *Analisis Serta Perumusan Kebijaksanaan dan Strategi Organisasi*, (Jakarta: PT. Gunung Agung, 1986), Hal. 17.
- Hamel Prahalad, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1995), Hal 31.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Balai Pustaka,1990), Hal. 22.
- Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), Hal. 15.
- Munir, *Manajemen Pelayanan Umum*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), Hal. 275.
- Komarudin, *Manajemen Kantor Teori dan Praktek*, (Bandung: Triyenda Karya, 1993), Hal, 448.
- Herbert N. Casson, *Petunjuk Praktis dalam berusaha*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1981), Hal. 13.
- Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2010), Hal. 17.
- Fredy Rangkuti, *Taktik Membuat Rencana Pemasaran Berdasarkan Customer Value dan Analisis Kasus*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), Hal. 13

Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), Cet- 11, Hal. 257.

Nina Rahmayanti, Manajemen Pelayanan Prima, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), Hal. 17.

Fandy Tjiptono, Prinsip-prinsip total quality service, (Yogyakarta: Andi, 2001), Hal. 14

Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Bayumedia Publishing. 2005), Hal 259

Atep Adya Barata, Dasar-Dasar Pelayanan Prima, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2003), Hal. 30.

<https://haji.kemenag.go.id/v3/content/pma-nomor-8-tahun-2018-tentang-penyelenggaraan-perjalanan-ibadah-umrah>

Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003), Edisi 1, Cetakan keempat, h. 219-210.

Muhammad Syafii Antonio, Buku Cerdas Haji dan Umroh, (Jakarta: Tazkia Publishing, 2015) h. 65

Sayyid Sabiq, Fikih Sunnah Jilid 3, Penerjemah:Abdurrahim dan Masrukhin, Cetakan Kedua, Jakarta: Cakrawala Publishing, 2011) h. 165

Sayyid Sabiq, Fikih Sunnah Jilid 3, Penerjemah:Abdurrahim dan Masrukhin, Cetakan Kedua, Jakarta: Cakrawala Publishing, 2011), h. 167

Abdulrahman Al Jaziri, Fiqih Empat Madzhab (Hanafi,Maliki, Asy Syafi'i, Hambali) Bagian: Ibadah, Jilid II, Cetakan pertama, h. 69

Ahmad Abdul Madjid, Seluk Beluk Ibadah Haji dan Umroh, (Surabaya: Mutiara Ilmu, 2013), h. 23

H. Mursidi, Pengertian Haji dan Umroh, Kementerian Agama Kota Depok, (Jakarta: Tahun 2009), h.8-10

Syaiful Alim, Menyinggung Rahasia Umrah dan Haji Mbrur (Yogyakarta: Safirah, 2011) h. 206.

Etta Mamang Sangadji & Sopiah, Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2013), h. 183

Etta Mamang Sangadji & Sopiah, Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis,... h183

Etta Mamang Sangadji & Sopiah, Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis,... h180

Etta Mamang Sangadji & Sopiah, Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis,... h.
180-181

Handi Irawan, 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, (Jakarta: PT.Alex Media
komputindo, 2002), h. 37

<http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/04/kepuasan-konsumen->

Toto Sucipto dan Julianus Limbeng, Studi tentang Religi Masyarakat Baduy di
Desa Kanekes Provinsi Banten, (Jakarta: Departemen Kebudayaan dan
Pariwisata, 2007), h. 5

Tedi Sutardi, Antropologi: Mengungkap Keragaman Budaya untuk Kelas XII,
(Bandung: Setia Purna Inves, 2007), h. 22,

Lampiran 1

Pedoman Wawancara Pedoman wawancara:

A. Identitas Informan

1. Nama :
2. Jabatan :
3. JenisKelamin :
4. Usia:.

B. Pertanyaan

Dari Teknik cuplikan yang sudah dijelaskan, maka penulis akan melakukan wawancara kepada Tujuh Informan yang terdiri dari Kepala Sahid tour, dua karyawan dan Empat jamaah.

1. Kepala Sahid Tour
 - a. Sejak kapan Sahid tour berdiri?
 - b. Apa Visi dan Misi Sahid tour?
 - c. Apa keunggulan pelayanan sahid tour dibandingkan tempat lain?
2. Karyawan Sahid Tour
 - a. Apa saja Fasilitas yang didapatkan calon jamaah umroh apabila mendaftar penyelenggaraan umroh disini?
 - b. Apakah sering adanya pengaduan (Komplain) keluhan dari calon jamaah umroh?
 - c. Apakah ada kesulitan dari para pegawai dalam melayani

jamaah?

3. Jamaah Sahid Tour

- a. Apakah penyelenggara umroh yang dilakukan sahid tour sudah memuaskan?
- b. Apakah sahid tour siap membantu apabila jamaah ada yang bermasalah terhadap keberangkatan dan kepulangan?
- c. Apabila ada pertanyaan apakah selalu dijawab oleh pihak sahid tour?
- d. Bagaimana fasilitas yang didapatkan? apakah nyaman dan puas?

Hasil
Wawancara
Table 5.1
Data Informan

NO	NAMA	KODE WAWANCARA	JABATAN	JENIS KELAMIN
1	Musa	M	GM	L
2	Aditya	A	Markeeting	L
3	Intan	I	Admin	P
4	Dwi	D	Jamaah	P
5	Januar	J	Jamaah	L
6	Akbar	AB	Jamaah	L
7	Fira	F	Jamaah	P

Berikut hasil wawancara dengan tiga orang pihak travel Sahid Tour dan 4

jamaah

M : “ 1992 Tahun berdiri.

Visi menjadi pilihan pertama dengan pelayanan prima.

Misi meningkatkan kualitas sumber daya insani, Mengedepankan pelayanan excellent, menyediakan produk unggulan sebagai pilihan utama, meningkatkan kepedulian kepada masyarakat, membangun stakeholder yang bersinergi.

M : “ Disini mbak, sudah tidak diragukan lagi untuk kenyamanan dan kepuasan. Memang, untuk harga di travel lain ada yang lebih murah tapi disini kita mengutamakan kepuasan mba, karena kita rata-rata Hotelnya Bintang 5 semua dan itu lebih dekat dengan masjid untuk ibadah, kenapa pilih yang dekat? Karena ngga semua jamaah itu muda mba jadi kasian untuk yang sudah tua kalau kejauhan, agar mereka fokus ibadah dengan tenang. Untuk pesawat kita pakai taraf Internasional seperti Garuda, Saudia, Emirates. Kemarin kita pakai Lion karena saat pandemi hanya itu yang ada, jadi cuman sekali pakai Lion. Makan juga tiga kali sesuai hotel dan jamaah pada puas karena makannya enak. mereka juga ngga pusing nyari sendiri karena kalau bintang 3/2 bakal ada jatah makannya dua kali, karena disini bintang lima jadi ya kurang enak gimana lagi?”

A : “Disini kita ada pendampingan untuk pembuatan Pasport dan suntik meningitis. Karena itu ngga semua ada di travel lain mbak. Daftar, dokumen- dokumen juga kita bantu, semisal ada yang bermasalah juga kita arahkan. Untuk pembayaran kita serahkan langsung misalnya capil atau

tempat pasportnya, takut dikira calo kalau ke kita mba. Untuk umroh satu bis isinya 35 orang nanti ada pembimbing satu dari Indonesia (berangkat) terus di Arabnya ada muthowif (pembimbing) yang dari sana tapi asal Indonesia jadi lebih bisa akrab dengan jamaah. Disini juga enakya karena Sahid punya hotel sendiri jadi h-1 itu menginap dulu sebelum pemberangkatan.”

A : “Disini pakai kereta cepat mbak untuk kendaraan Mekkah-Madinah. Biasanya kan yang lain pakai Bis. Itu sangat memakan waktu banyak, jadi sayang banget kalau tidak dimaksimalkan ibadahnya. Kalau kereta hanya 15 menit sedangkan bis berjam-jam.”

A&I : “ Untuk pengaduan tetep paling banyak itu tentang miskom ya mba. Biasanya itu, tentang bagasi pas dari Arab pulang ke Indonesia. 20 kg itu udah maksimal juga dijelasin di awal namun, ada saja yang ngga gubris makanya berlebihan dan kena biaya lagi pastinya. Tapi ya malah marah-marah juga ada, makanya kita kasih pengertian lebih. Sebelumnya kita jelasin k mereka kalau semisal oleh-oleh untuk tetangga beli di Indonesia saja agar tidak kewalahan, cukup membeli seperlunya saja.”

D & J (Suami Istri) : “Kami sangat puas mba. Kami sekamarnya yang double. Ada yang ber tiga dan empat juga kami pilih yang berdua. Nanti nanya istri saya saja.”

D : “Ya mba saya bu Dwi istrinya pak Januar. Saya kemarin seneng alhamdulillah. Puas banget, Kebetulan saya ini memakai kursi roda. Tapi

tidak sedikitpun merasa gimana-gimna, justru sangat diperhatikan lebih oleh pembimbing (dari Indonesia). Koper dll juga di anter ke rumah sebelum pemberangkatan, jadi bisa tanya-tanya kalau semisal ada yang ngga ngerti fungsinya untuk apa. Suntik meningitis juga di dampingi jadi ngga khawatir kalau ngga ngerti. Panduannya juga sangat jelas alhamdulillah. Makanan standar Hotel bintang 5 bukan enak lagi, sudah sangat manteb. Bayar mahal gapapa karena puas banget mbak, Pembimbing jelas, petugas baik, Hotelnya deket dengan Mekkah jadi lima menit sampai alhamdulillah ngga khawatir kalau ketinggal berjamaah. Saya senang karena walaupun memakai kursi roda, suami saya ngga capek mbak dorongnya karena dekat.”

AB : “Seneng sih karena ya kemarin ngga nyangka aja kalau penginapan sedeket itu. Lobby langsung masjidnya. Sungguh pengalaman yang luar biasanya masyallah. Pembimbing juga satu hotel sama kita jadi enak kalau semisal mau nanya-nanya. Hotel, makan, transport jelas sangat puas banget mba. Mereka juga membantu semisal kita bingung dan selalu dijawab. Diperhatikan juga sama mereka.”

F : “Puas Alhamdulillah. Aku seneng Hotelnya itu bisa lihat langsung pemandangan Mekkah. Nyaman semuanya. Ya memang harganya ngga murah, karena banyak travel lain jauh lebih murah dari ini, tapi aku memang cari yang kualitas dan pelayanannya yang memuaskan. Nyaman juga sebelum berangkat (Indonesia ke Arab) menginap dulu di Hotel Sahid, jadi kita bisa kenalan dulu sama yang lain. Pembimbing juga aman baik

dari Indonesia maupun Arab sana. Soalnya saya kemarin juga sempet nyari yang lain, tapi harga memang lebih murah tap ikan takut juga terpercaya apa engga dll, karena ini rekomendasi temen saya jadi kesini aja. Alhamdulillah puas. Oiya mbak, ada video foto dokumentasi para jamaah dari pihak Sahid ini jadi seneng.”

