

ANALISIS PEMILIHAN PRODUK PAKET UMRAH DI PT. DAGO WISATA INTERNASIONAL MENGGUNAKAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS

Nala Putri Sadiah ¹, Dani Adiatma ², Stanny Dhamayanty ³

Universitas Garut

24024121002@fekon.uniga.ac.id ¹

adiatma@uniga.ac.id ²

dhamayanty@uniga.ac.id ³

Abstrak

Penyelenggaraan ibadah umrah berkaitan erat dengan kenyamanan dan kesejahteraan jamaah, baik secara fisik maupun spiritual. Oleh karena itu, pemilihan paket umrah yang sesuai menjadi hal penting. Penelitian ini bertujuan guna menetapkan prioritas kriteria dan alternatif paket umrah yang paling sesuai dengan kebutuhan jamaah. Kriteria yang digunakan meliputi atraksi, fasilitas, aksesibilitas, citra destinasi, dan harga. Alternatif yang dibandingkan adalah Umrah Plus Cairo, Umrah Plus Turki, dan Umrah Plus Oman. Pendekatan yang diterapkan yaitu *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dengan bantuan aplikasi *Expert Choice*, berdasarkan penilaian dari dua responden terpilih yaitu pelanggan PT. Dago Wisata Internasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas menjadi kriteria utama dibandingkan kriteria atraksi, aksesibilitas, citra destinasi, dan harga. Sementara itu, Umrah Plus Turki menjadi alternatif yang paling diprioritaskan karena memiliki keunggulan dari setiap kriteria dibandingkan Umrah Plus Cairo dan Umrah Plus Oman.

Kata Kunci: Paket Wisata; *Analytical Hierarchy Process* (AHP); *Expert Choice*

PENDAHULUAN

Pelaksanaan ibadah umrah di Indonesia merupakan bagian dari tanggung jawab negara, karena menyangkut pemeliharaan kesejahteraan jamaah secara lahiriah dan batiniah. Di samping itu, tata kelola umrah yang baik akan turut membentuk citra positif Indonesia sebagai negara dengan mayoritas Muslim terbesar di dunia, khususnya dalam persepsi pemerintah Arab Saudi. Dalam beberapa tahun terakhir, industri jasa umrah

semakin kompetitif seiring dengan meningkatnya minat umat Islam untuk melaksanakan ibadah ini. Umrah sendiri adalah bentuk ziarah ke Tanah Suci yang memiliki nilai spiritual mendalam dan termasuk sunnah muakkad, sehingga sangat dianjurkan untuk dilakukan oleh umat Islam (Rahma et al., 2024).

Data keberangkatan jamaah umroh asal Indonesia menunjukkan tren peningkatan dalam tiga tahun terakhir. Informasi lebih

lanjut mengenai data jumlah keberangkatan umrah jamaah Indonesia pada tahun 2022 - 2024 dapat ditemukan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Data jumlah Jamaah Umrah Indonesia

Tahun	Jumlah Jamaah
2022	1.006.306
2023	1.368.616
2024	1.467.005

Sumber : (Kementerian Agama RI, 2025)

Dilihat dari data Tabel 1. Jumlah jamaah umrah Indonesia terus meningkat setiap tahun dari 2022 hingga 2024. Pada 2022, jumlah jamaah tercatat sebanyak 1.006.306 orang, kemudian mengalami kenaikan 36% menjadi 1.368.616 pada 2023. Pada 2024, jumlahnya kembali bertambah menjadi 1.467.005, meskipun laju pertumbuhannya melambat menjadi 7%. Tren ini mencerminkan semakin besarnya minat masyarakat dalam menunaikan ibadah umrah. Secara keseluruhan, peningkatan jumlah jamaah setiap tahunnya menunjukkan antusiasme tinggi dari masyarakat Indonesia dalam melaksanakan ibadah ini.

Meningkatnya minat masyarakat terhadap ibadah umrah telah mendorong pertumbuhan pesat di sektor penyedia layanan perjalanan, khususnya biro perjalanan haji dan umrah. Industri jasa perjalanan umrah dan haji menunjukkan perkembangan yang signifikan di seluruh

penjuru Indonesia, menciptakan persaingan yang semakin ketat di antara penyedia layanan tersebut. Untuk menarik minat calon jamaah, berbagai perusahaan berlomba-lomba menawarkan paket perjalanan dengan harga yang kompetitif, fasilitas berkualitas, serta pelayanan yang prima. Selain itu, strategi pemasaran yang efektif menjadi faktor utama dalam menarik calon jamaah, baik melalui promosi paket perjalanan maupun upaya membangun kepercayaan dengan memberikan informasi transparan mengenai latar belakang perusahaan, kredibilitas, serta rekam jejaknya dalam melayani jamaah. Dengan pendekatan ini, diharapkan calon jamaah merasa yakin dan nyaman dalam memilih penyedia layanan yang terpercaya untuk membantu mereka melaksanakan ibadah ke Tanah Suci (Dewi et al., 2021).

Salah satu travel umrah yang cukup diminati di Indonesia adalah PT. Dago Wisata Internasional. Perusahaan ini merupakan perusahaan jasa yang berfokus pada penyelenggaraan perjalanan wisata dan tur ibadah Islam, khususnya Haji dan Umrah, dan telah beroperasi secara resmi sejak tahun 2007. Perusahaan ini telah meraih berbagai penghargaan, salah satunya adalah sebagai “Biro Perjalanan Wisata Umrah Haji Terbaik 2019” dalam ajang Anugerah Pesona

Pariwisata Kota Bandung 2019. Keunggulan lain dari PT. Dago Wisata Internasional adalah penerapan sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2015, yang membedakannya dari banyak perusahaan lain di industri serupa yang belum mengadopsi standar internasional tersebut. ISO 9001:2015 merupakan standar internasional dalam sistem manajemen mutu, yang memastikan bahwa perusahaan telah memenuhi persyaratan global dalam pengelolaan kualitas layanan. Sistem manajemen mutu ini berfokus pada peningkatan efisiensi operasional serta memastikan bahwa setiap layanan yang diberikan selaras dengan regulasi yang ditentukan. Prinsip utama dalam sistem ini adalah orientasi pada pelanggan, yaitu dengan memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen serta berupaya melampaui ekspektasi mereka demi mencapai tingkat kepuasan yang optimal (Novila & Mujib, 2023).

PT. Dago Wisata Internasional menyediakan berbagai pilihan paket umrah yang beragam. Berdasarkan data internal, terdapat beberapa paket umrah yang paling diminati pada tahun 2024, yang akan disajikan secara lengkap dalam Tabel 2.

Tabel 2. Data Paket Umroh di PT. Dago Wisata Internasional Tahun 2024

No	Paket Umrah	Peminat
1	Umrah Reguler	1.524
2	Umrah Plus Cairo	620
3	Umrah Plus Ethiopian	301
4	Umrah Plus Oman	294
5	Umrah Plus Turki	249
6	Umrah Ramadhan	210
7	Umrah Plus Dubai	117

Sumber : (Data Internal PT. Dago Wisata Internasional 2025)

Dapat dilihat dari Tabel 2. menunjukkan bahwa Umrah Reguler paling diminati dengan 1.524 peminat, kemungkinan karena biaya terjangkau dan jadwal fleksibel. Umrah Plus Cairo menempati posisi kedua dengan 620 peminat, menawarkan wisata religi ke Mesir. Paket lain yang cukup diminati adalah Umrah Plus Ethiopian 301 peminat, Umrah Plus Oman 294 peminat, dan Umrah Plus Turki 249 peminat, yang menarik jamaah dengan destinasi bersejarah dan budaya Islam. Sementara itu, Umrah Ramadhan diminati oleh 210 jamaah karena keutamaannya di bulan suci. Terakhir, Umrah Plus Dubai memiliki 117 peminat, menawarkan pengalaman ibadah sekaligus wisata ke kota modern Dubai. Secara keseluruhan, paket reguler tetap menjadi pilihan utama, sementara paket tambahan menarik peminat berdasarkan daya tarik destinasi wisatanya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan staf marketing PT. Dago Wisata Internasional, banyaknya pilihan paket umrah yang ditawarkan sering menjadi tantangan bagi calon jamaah dalam menentukan paket yang paling sesuai dengan kebutuhannya. Setiap paket memiliki perbedaan dalam berbagai aspek, seperti fasilitas, akomodasi hotel, jadwal keberangkatan, maskapai penerbangan yang digunakan, serta destinasi yang dikunjungi. Oleh karena itu, calon jamaah perlu mempertimbangkan dengan cermat sebelum mengambil keputusan agar dapat memilih paket umrah yang paling sesuai dengan preferensi dan kebutuhannya.

Salah satu pendekatan dalam sistem pendukung keputusan yang efektif untuk menilai tingkat keselarasan dalam pengambilan keputusan terkait penentuan prioritas kriteria dan alternatif adalah metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Tujuan dari metode ini adalah mengonversi informasi kualitatif menjadi representasi numerik yang dapat dianalisis secara kuantitatif, sehingga membantu dalam proses pengambilan keputusan. AHP menggabungkan aspek logika dan intuisi dalam menyelesaikan berbagai permasalahan, dengan menggabungkan berbagai pertimbangan menjadi suatu

kesimpulan yang konsisten dengan intuisi, berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan. Pengembangan pertama kali metode ini dilakukan oleh Thomas L. Saaty dan dirancang khusus untuk membantu pengambilan keputusan dalam lingkungan multikriteria. Dalam penerapannya, Metode AHP menentukan bobot prioritas alternatif melalui penyusunan tujuan, kriteria, dan subkriteria dalam suatu struktur hierarki (Saputra & Nugraha, 2020).

Mengacu pada konteks sebelumnya, peneliti bermaksud untuk melakukan riset lebih mendalam mengenai kriteria - kriteria yang mempengaruhi pemilihan alternatif paket umrah yang ditawarkan oleh PT. Dago Wisata Internasional. Penelitian ini akan berfokus pada perbandingan tiga paket umrah utama, yaitu Umrah Plus Cairo, Umrah Plus Turki, dan Umrah Plus Oman. Ketiga paket ini dipilih karena memiliki tingkat permintaan yang cukup tinggi dan seimbang di PT. Dago Wisata Internasional. Sementara itu, paket Umrah Plus Ethiopian dan Umrah Reguler tidak disertakan dalam perbandingan ini, karena tingkat permintaannya dinilai kurang sebanding dengan ketiga paket yang menjadi fokus utama penelitian. Dengan pengambilan kriteria dari komponen paket wisata menurut Medellton (2009) dalam (Yosita et al., 2024) yang terdiri atas Atraksi,

Fasilitas, Aksesibilitas, Citra Destinasi, dan Harga. Berdasarkan alasan tersebut, penelitian ini dilakukan dengan judul "Analisis Pemilihan Produk Paket Umrah di PT. Dago Wisata Internasional Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process*".

KAJIAN PUSTAKA

Produk Wisata

Medellton (2009) dalam (Yosita et al., 2024) Produk wisata merujuk pada kombinasi antara komponen-komponen nyata dan abstrak yang terkait dengan aktivitas yang dapat dilakukan di destinasi wisata. Komponen-komponen ini, baik yang bersifat fisik maupun non-fisik, memberikan pengalaman yang berarti bagi wisatawan. Komponen utama dari produk wisata yang dimaksud oleh Medleton (2009) dalam (Yosita et al., 2024) yang terdiri atas Attraksi, Fasilitas, Aksesibilitas, Citra Destinasi, dan Harga.

Keputusan Pembelian

Menurut Tjiptono (2018) dalam (Martianto et al., 2023) keputusan pembelian merupakan proses ketika terjadinya konsumen menyadari adanya suatu masalah dan kemudian mencari informasi yang berkaitan dengan produk atau merek yang sesuai yang mampu menjadi solusi,

mengevaluasinya, lalu memutuskan untuk membeli.

Berdasarkan definisi di atas, keputusan pembelian merupakan sebuah proses kognitif dan emosional yang dilalui oleh konsumen dalam memilih, mempertimbangkan, dan akhirnya menentukan produk atau jasa yang akan dibeli, berdasarkan kebutuhan, preferensi, serta faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi.

Analytical Hierarchy Process

Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dikembangkan pada tahun 1970-an oleh Thomas L. Saaty, seorang matematikawan yang berasal dari Universitas Pittsburgh, AS. AHP berfungsi untuk menangkap persepsi individu terkait suatu isu secara logis dengan membentuk skala penilaian preferensi yang digunakan untuk membandingkan berbagai alternatif.. Pendekatan ini digunakan untuk memahami permasalahan yang tidak terstruktur, baik yang dapat diukur secara kuantitatif maupun yang memerlukan penilaian subjektif. Metode ini sering diterapkan dalam situasi kompleks dengan keterbatasan data statistik, di mana keputusan didasarkan pada aspek kualitatif seperti persepsi, pengalaman, atau pengetahuan.(Pardon, 2023).

Metode AHP mempertimbangkan faktor subjektif, seperti persepsi, preferensi, pengalaman, dan intuisi, dan sebagai suatu prosedur berbasis matematika, AHP digunakan untuk meninjau berbagai kriteria

yang ada. Selain itu, metode ini juga memastikan validitas data dengan memperhitungkan batas toleransi terhadap ketidakkonsistenan dalam pemilihan kriteria (Sudradjat et al., 2020).

Menurut Saaty (1993) dalam (Pardon, 2023) , proses penyusunan model hierarki dalam metode AHP didasarkan pada empat prinsip dasar. Pertama, *decomposition* atau pemecahan, yaitu membagi masalah menjadi elemen-elemen yang disusun dalam hierarki mulai dari tujuan, kriteria, hingga alternatif yang tidak bisa dipecah lagi. Kedua, *comparative judgment* atau perbandingan relatif, yaitu menilai pentingnya dua elemen pada satu tingkat terhadap elemen di atasnya dengan menggunakan skala 1 hingga 9, dan hasilnya disusun dalam matriks perbandingan berpasangan. Ketiga, *synthesis of priority* atau penentuan prioritas, yaitu menghitung bobot dari setiap elemen untuk menentukan prioritas akhir berdasarkan perhitungan dari tiap tingkat hierarki. Terakhir, *logical consistency* atau konsistensi logis, yang menekankan pentingnya kesesuaian dan keterkaitan antar elemen agar hasil keputusan tetap logis dan dapat dipercaya.

Ada beberapa langkah di dalam proses mengaplikasikan AHP (*Analytical Hierarchy Process*) (Pardon, 2023) :

- 1) Mengklarifikasi permasalahan dan mengidentifikasi solusi yang diharapkan, kemudian menyusun hierarki dari permasalahan tersebut.
- 2) Membentuk struktur hierarki dimulai dari tujuan umum.
- 3) Menambahkan sub-tujuan, kriteria, dan alternatif pada level terendah dalam struktur kriteria.
- 4) Membentuk matriks perbandingan berpasangan yang mencerminkan Peran atau kontribusi yang bersifat relatif atau dampak setiap elemen pada setiap tujuan atau kriteria di tingkat lebih atas. Perbandingan ini didasarkan pada penilaian subjektif mengenai tingkat pentingnya suatu elemen dibandingkan dengan elemen lainnya.
- 5) Melakukan perbandingan berpasangan untuk memperoleh nilai penilaian sebanyak $[n(n-1)/2]$ kali, dimana n adalah jumlah elemen yang dibandingkan. Langkah-langkah yang dilakukan adalah: Memberikan nilai untuk setiap sel dalam matriks, Menghitung rasio setiap kolom dengan total kolom yang berhubungan untuk mendapatkan matriks yang dinormalisasi, Menjumlahkan nilai setiap baris dan membaginya dengan

jumlah elemen untuk mendapatkan rata-rata nilai.

- 6) Mengukur Konsistensi, dimana pengukuran konsistensi dalam pengambilan keputusan menjadi hal yang krusial, mengingat keputusan yang diambil berdasarkan pertimbangan yang tidak konsisten tidak diinginkan. Langkah-langkah yang dilakukan meliputi: mengalikan setiap nilai pada masing-masing kolom dengan nilai prioritas relatif dari elemen yang sesuai; kemudian, menjumlahkan nilai-nilai dalam setiap baris; selanjutnya, membagi hasil penjumlahan tiap baris dengan nilai prioritas relatif elemen terkait; dan terakhir, menjumlahkan seluruh hasil pembagian tersebut dengan memperhatikan jumlah total elemen, menghasilkan nilai λ maks.
- 7) Menghitung Indeks Konsistensi (CI), $CI = (\lambda_{\text{max}} - n) / n$. Dimana n menunjukkan jumlah total elemen dalam perhitungan.
- 8) Menghitung Rasio Konsistensi (CR), $CR = CI/IR$. CI = Indeks Konsistensi, IR = Indeks Konsistensi Random.
- 9) Memeriksa konsistensi hierarki. Apabila nilai rasio konsistensi Apabila nilai melebihi 10%, maka penilaian dalam perbandingan data perlu diperbaiki. Namun, jika rasio konsistensi (CI/CR)

kurang dari atau sama dengan 0,1, maka hasil perhitungan dapat dinyatakan valid.

Di mana IR merupakan indeks acak yang nilainya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. IR Index Random

N	RI
1	0,00
2	0,00
3	0,58
4	0,90
5	1,12
6	1,24
7	1,32
8	1,41

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengaplikasikan metode kualitatif dengan pendekatan yang bersifat deskriptif, data yang digunakan berasal dari sumber data primer yang didapatkan langsung melalui kuesioner, wawancara dan observasi di PT. Dago Wisata Internasional serta data sekunder dari artikel ilmiah dan sumber resmi pemerintah. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data mencakup studi kepustakaan, observasi langsung, wawancara dan Kuesioner dengan konsumen yang pernah menggunakan jasa PT. Dago Wisata Internasional. Menggunakan pendekatan *cross sectional study*, menggunakan individu sebagai unit analisis utama. Artinya, Pengumpulan data dilakukan melalui responden sebagai sumber utama informasi yang merupakan individu

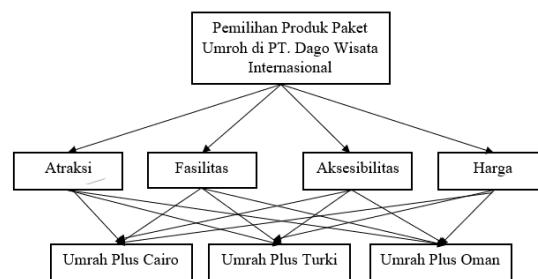
dari populasi yang diteliti. Peneliti memilih individu sebagai unit analisis karena informasi yang dikumpulkan dari setiap individu dapat memberikan gambaran yang lengkap dan representatif tentang karakteristik populasi yang diteliti pada satu titik waktu tertentu. Dengan pengambilan sample sebanyak 2 responden yaitu 2 orang konsumen yang pernah melakukan pembelian paket umrah di PT. Dago wisata Internasional. Analisis data dilakukan menggunakan metode deskriptif dan *Analytical Hierarchy Process (AHP)* untuk penganalisis kriteria - kriteria yang memiliki pengaruh terhadap pemilihan produk paket umrah. AHP digunakan dengan bantuan *Expert Choice* guna menghasilkan rekomendasi terbaik berdasarkan preferensi dan kriteria yang ditentukan, yang dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan pemilihan alternatif produk paket umrah di PT. Dago Wisata Internasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dalam penelitian ini Metode AHP digunakan untuk membantu dalam pengambilan keputusan, dengan cara menyusun masalah yang ada ke dalam format struktur hierarki. Dalam struktur hierarki pemilihan paket umroh menggunakan metode AHP, terdapat tiga tingkat. Tingkat

pertama berfokus pada tujuan utama, yaitu pemilihan produk paket umroh. Pada tingkat kedua, terdapat kriteria-kriteria yang mempengaruhi pemilihan paket umroh bagi calon jamaah, di antaranya atraksi, fasilitas, aksesibilitas, citra destinasi, dan harga. Sedangkan pada tingkat ketiga, terdapat alternatif paket umroh yang dipilih, yaitu paket umroh plus Cairo, paket umroh plus Turki, dan paket umroh plus Oman. Maka dapat dibuat model hierarki seperti Gambar 1.



Gambar 1. Model Hierarki Pemilihan Paket umrah

Tahap Selanjutnya Perbandingan relatif yaitu menilai pentingnya dua elemen pada satu tingkat terhadap elemen di atasnya dengan menggunakan skala 1 hingga 9, dan hasilnya disusun dalam matriks perbandingan berpasangan.

Tabel 4. Skala Dasar Perbandingan Berpasangan

Tingkat Kepentingan	Definisi	Keterangan
1	Sama Pentingnya	Kedua elemen sama penting.
3	Sedikit Lebih Penting	Elemen yang satu sedikit lebih penting dari elemen lainnya
5	Lebih penting	Elemen yang satu lebih penting dari elemen lainnya
7	Sangat Penting	Elemen yang satu sangat penting dari elemen lainnya
9	Mutlak Lebih Penting	Elemen yang satu mutlak lebih penting dari elemen lainnya
2,4,6,8	Nilai Tengah	Nilai-nilai antara dua nilai pertimbangan yang berdekatan

Sumber : (Sudradjat et al., 2020)

Hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh 2 orang responden mengenai pemilihan prioritas kriteria. Menurut responden 1, Fasilitas sangat penting dibandingkan Atraksi dengan skala 7, sementara Atraksi lebih penting dari Aksesibilitas dengan skala 5, dan Citra Destinasi sangat penting dibandingkan Atraksi dengan skala 7. Responden 1 juga menilai Atraksi sangat penting dibandingkan Harga dengan skala 7, Fasilitas sangat penting dibandingkan Aksesibilitas dengan skala 7, serta Fasilitas dan Citra Destinasi memiliki tingkat kepentingan yang sama dengan nilai 1. Selain itu, Fasilitas dinilai lebih penting daripada Harga dengan skala 5, Citra Destinasi lebih penting daripada Aksesibilitas dengan skala 5, Harga sedikit lebih penting daripada Aksesibilitas dengan skala 3, dan Citra Destinasi lebih penting daripada Harga dengan skala 5. Responden 2 menilai Atraksi sama pentingnya dengan Fasilitas dengan skala 1, Aksesibilitas sangat penting dibandingkan Atraksi dengan skala 7,

serta Atraksi sama pentingnya dengan Citra Destinasi dan Harga dengan skala 1. Responden 2 juga berpendapat bahwa Aksesibilitas lebih penting daripada Fasilitas dengan skala 5, Fasilitas sama pentingnya dengan Citra Destinasi dengan skala 1, Fasilitas sangat penting daripada Harga dengan skala 7, Aksesibilitas lebih penting daripada Citra Destinasi dan harga dengan skala 5, serta Citra Destinasi sangat penting dibandingkan Harga dengan skala 7.

Hasil pengisian kuesioner mengenai pemilihan prioritas alternatif berdasarkan kriteria Atraksi. Menurut responden 1, Umrah Plus Turki sedikit lebih penting sekali dibandingkan Umrah Plus Cairo dengan skala 4, sementara Umrah Plus Cairo lebih penting dibandingkan Umrah Plus Oman dengan skala 5, dan Umrah Plus Turki sangat penting dibandingkan Umrah Plus Oman dengan skala 7. Sementara itu, responden 2 memberikan penilaian Umrah Plus Cairo sedikit lebih penting dibandingkan Umrah Plus Turki dengan skala 3, Umrah Plus Cairo sedikit lebih penting dibandingkan Umrah Plus Oman dengan skala 3, dan Umrah Plus Turki sedikit lebih penting dibandingkan Umrah Plus Oman dengan skala 3.

Dalam hal kriteria fasilitas menurut responden 1, Umrah Plus Turki sangat penting dibandingkan Umrah Plus Cairo

dengan skala 7, sementara Umrah Plus Oman lebih penting dibandingkan Umrah Plus Cairo dengan skala 5, dan Umrah Plus Turki sedikit lebih penting sekali dibandingkan Umrah Plus Oman dengan skala 4. Sementara itu, responden 2 memberikan penilaian Umrah Plus Cairo sama pentingnya dengan Umrah Plus Turki dengan skala 1, Umrah Plus Cairo sedikit lebih penting dibandingkan Umrah Plus Oman dengan skala 3, dan Umrah Plus Turki lebih penting dibandingkan Umrah Plus Oman dengan skala 5.

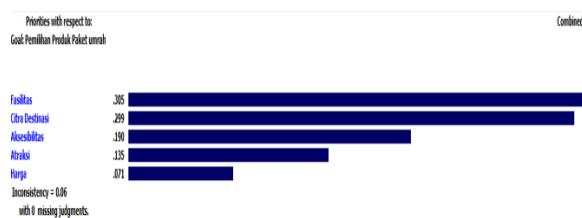
Berdasarkan kriteria Aksesibilitas menurut responden 1, Umrah Plus Turki lebih penting dibandingkan Umrah Plus Cairo dengan skala 5, sementara Umrah Plus Oman sedikit lebih penting sekali dibandingkan Umrah Plus Cairo dengan skala 4, dan Umrah Plus Turki sedikit lebih penting sekali dibandingkan Umrah Plus Oman dengan skala 4. Sementara itu, responden 2 memberikan penilaian Umrah Plus Turki sedikit lebih penting dibandingkan Umrah Plus Cairo dengan skala 3, Umrah Plus Cairo lebih penting dibandingkan Umrah Plus Oman dengan skala 5, dan Umrah Plus Turki lebih penting dibandingkan Umrah Plus Oman dengan skala 5.

Untuk kriteria Citra Destinasi menurut responden 1, Umrah Plus Turki sedikit lebih penting sekali dibandingkan Umrah Plus Cairo dengan skala 4, sementara Umrah Plus Cairo sedikit lebih penting sekali dibandingkan Umrah Plus Oman dengan skala 4, dan Umrah Plus Turki lebih penting dibandingkan Umrah Plus Oman dengan skala 5. Sementara itu, responden 2 memberikan penilaian Umrah Plus Turki sama pentingnya dengan Umrah Plus Cairo dengan skala 1, Umrah Plus Cairo sedikit lebih penting dibandingkan Umrah Plus Oman dengan skala 3, dan Umrah Plus Turki lebih penting dibandingkan Umrah Plus Oman dengan skala 5.

Terakhir berdasarkan kriteria Harga menurut responden 1, Umrah Plus Turki lebih penting dibandingkan Umrah Plus Cairo dengan skala 5, sementara Umrah Plus Cairo sedikit lebih penting sekali dibandingkan Umrah Plus Oman dengan skala 4, dan Umrah Plus Turki sangat penting dibandingkan Umrah Plus Oman dengan skala 7. Sementara itu, responden 2 memberikan penilaian Umrah Plus Cairo sangat penting dibandingkan Umrah Plus Turki dengan skala 7, Umrah Plus Cairo sangat penting dibandingkan Umrah Plus Oman dengan skala 7, dan Umrah Plus Turki

sedikit lebih penting dibandingkan Umrah Plus Oman dengan skala 3.

Analisis selanjutnya yaitu memasukan hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden ke *software expert choice*. Metode AHP memungkinkan adanya ke tidak konsisten dalam penilaian kriteria dan alternatif, tetapi tidak konsisten dalam penilaian tersebut tidak boleh melebihi 10%. Analisis ini menghasilkan bobot gabungan dari dua responden, yang disajikan melalui gambar berikut dengan menggunakan Software Expert Choice.



Gambar 2. *Summary View*

Berdasarkan gambar 2. *Summary View Expert Choice* nilai *Inccosistency* kriteria nya yaitu 0.06 kurang dari 0.10 yang dimana mempunyai arti bahwa hasil penelitian ini bersifat konsisten dan relevan, dapat disimpulkan bahwa Fasilitas memiliki nilai 0.305 menjadi nilai tertinggi dari kriteria yang lain yaitu Citra Destinasi dengan nilai 0.299, Aksesibilitas dengan nilai 0.190, Attraksi dengan nilai 0.135 dan Harga dengan nilai 0.071 .



Gambar 3. *Summary View*

Berdasarkan gambar 3. *Summary View* diatas dapat dilihat bahwa nilai *inconsistency* alternatif memiliki nilai 0.08 kurang dari 0.10 atau 10% yang dimana mempunyai arti bahwa hasil dari analisis alternatif bersifat konsisten. Umrah Plus Turki berada pada urutan pertama dengan nilai 0.513 lebih besar dibandingkan dengan alternatif lainnya yaitu Umrah Plus Cairo dengan nilai 0.316 dan Umrah Plus Oman dengan nilai 0.172.

Pembahasan

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan, bahwa nilai *Inccosistency* kriteria nya yaitu 0.06 kurang dari 0.10 yang dimana mempunyai arti bahwa hasil penelitian ini bersifat konsisten dan relevan, dapat disimpulkan bahwa Fasilitas memiliki nilai 0.305 menjadi nilai tertinggi. Terpilihnya kriteria Fasilitas sebagai prioritas utama dalam pemilihan Produk Paket Umrah karena menurut informan kriteria Fasilitas seperti akomodasi, transportasi, konsumsi, serta pendampingan ibadah lebih penting daripada kriteria Citra Destinasi, Akesesibilitas,

Atraksi dan Harga. Karena pelanggan dalam pelaksanaan umrah ingin beristirahat dengan nyaman maka diperlukan akomodasi seperti hotel dengan fasilitas yang memadai. Transportasi juga menjadi salah satu faktor utama karena pelanggan menginginkan transportasi yang aman. Selain akomodasi dan transportasi, Faktor konsumsi juga diperhatikan karena ibadah umrah merupakan fisik sehingga pelanggan ingin kebutuhan gizi terpenuhi. Pendampingan ibadah salah satu hal yang penting untuk diperhatikan dalam pemilihan produk paket umrah karena agar dapat menjalankan ibadah dengan baik, benar, dan lancar.

Berdasarkan nilai *inconsistency* alternatif memiliki nilai 0.08 kurang dari 0.10 atau 10% yang dimana mempunyai arti bahwa hasil dari analisis alternatif bersifat konsisten. Umrah Plus Turki berada pada urutan pertama dengan nilai 0.513. Terpilihnya Produk Paket Umrah yang memiliki tingkat kepentingan tertinggi adalah Produk Paket Umrah Plus Turki hal ini dikarenakan paket Umrah Plus Turki merupakan salah satu paket wisata popular yang ada di PT Dago Wisata Internasional. Pemilihan Umrah Plus Turki sebagai alternatif utama bukan tanpa alasan,karena menurut informan penelitian ini, Umrah Plus Turki bisa dikatakan lebih unggul baik itu

dari segi atraksi, fasilitas, aksesibilitas, citra destinasi, dan harga nya sehingga paket Umrah Plus Turki lebih penting dibandingkan alternatif lainnya yaitu Umrah Plus Cairo dan Umrah Plus Oman.

Umrah Plus Turki memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan Umrah Plus Cairo dan Umrah Plus Oman. Turki merupakan negara yang kaya akan sejarah Islam, namun telah berkembang menjadi negara modern dengan nuansa peradaban Eropa. Hal ini menjadikan Turki sebagai destinasi yang menarik karena mampu memadukan nilai-nilai sejarah dengan kemajuan infrastruktur dan fasilitas modern. Berbeda dengan Cairo yang lebih menonjolkan sisi historisnya, atau Oman yang telah modern namun memiliki pilihan wisata yang terbatas, Turki menawarkan pengalaman yang lebih lengkap. Fasilitas yang tersedia, seperti hotel, restoran, dan layanan pariwisata, memiliki standar tinggi dan ramah bagi jamaah. Sistem transportasinya yang modern dan terintegrasi turut menunjang kenyamanan dalam menjelajahi berbagai lokasi wisata. Sementara itu, Cairo menawarkan atraksi wisata yang sangat kental dengan sejarah peradaban Mesir kuno dan Islam. Oman menawarkan suasana yang tenang dengan nuansa Timur Tengah yang modern dan

bersih, namun destinasi wisatanya lebih terbatas, umumnya berupa keindahan alam seperti pegunungan, gurun, dan pantai, serta arsitektur Islam kontemporer yang belum terlalu dikenal secara internasional. Dari sisi citra destinasi, ulasan pelanggan terhadap Umrah Plus Turki cenderung lebih positif, karena atraksi, fasilitas, dan aksesibilitasnya yang telah berkembang dengan baik. Harga paket Umrah Plus Turki juga dianggap sebanding dengan pengalaman wisata yang ditawarkan, menjadikannya pilihan yang unggul di antara ketiganya.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, beberapa kesimpulan dapat ditarik bahwa nilai Inccosistency kriteria bersifat konsisten dan relevan. Kriteria Fasilitas menjadi nilai tertinggi. Terpilihnya kriteria Fasilitas sebagai prioritas utama dalam pemilihan Produk Paket Umrah karena menurut informan kriteria Fasilitas seperti akomodasi, transportasi, konsumsi, serta pendampingan ibadah lebih penting daripada kriteria Citra Destinasi, Aksesibilitas, Atraksi dan Harga.

Berdasarkan nilai *inconsistency* alternatif memiliki hasil bersifat konsisten. Alternatif Umrah Plus Turki berada pada urutan pertama. Terpilihnya Produk Paket

Umrah yang memiliki tingkat kepentingan tertinggi adalah Produk Paket Umrah Plus Turki hal ini dikarenakan paket Umrah Plus Turki merupakan salah satu paket wisata popular yang ada di PT Dago Wisata Internasional. Pemilihan Umrah Plus Turki sebagai alternatif utama bukan tanpa alasan,karena menurut informan penelitian ini, Umrah Plus Turki bisa dikatakan lebih unggul baik itu dari segi atraksi, fasilitas, aksesibilitas, citra destinasi, dan harga nya sehingga paket Umrah Plus Turki lebih penting dibandingkan alternatif lainnya seperti Umrah Plus Cairo dan Umrah Plus Oman.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, T., Wandani, P. Y., Anggraeni, Y., & Budi, E. S. (2021). Sistem Penunjang Keputusan dengan Metode AHP Dalam Strategi Pemasaran Travel Umroh dan Haji Pada PT Jabal Rahmah. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 2(2), 70–78. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/tin/article/view/789>
- KementrianAgamaRI. (2025). *Grafik Jamaah Umrah Indonesia 3 Tahun Terakhir*. Instagram. <https://www.instagram.com/p/DFmiM-ryjuJ/?igsh=MXd5YmhkaThnaDFsag==>

- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370–1385. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>
- Novila, S., & Mujib, A. (2023). Manajemen Strategi Pelayanan Prima PT. Dago Wisata Internasional dalam Meningkatkan Kepuasan Jemaah Haji dan Umrah. *Mabrur: Academic Journal of Hajj and Umra*, 1(2), 137–154. <https://doi.org/10.15575/mjhu.v1i2.26450>
- Pardon, A. A. (2023). *Analisis Pemilihan Produk Paket Wisata Di Pt. Wakca Intan Wisata Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process*.
- Rahma, E., Martilova, N., Islam, U., Sjech, N., & Djambek, M. D. (2024). *Analisis Pengaruh Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh pada Travel Al-Azhar Bukittinggi Al-Azhar Bukittinggi . Fasilitas seperti Wi-Fi , kursi , dan meja bagi calon jemaah yang datang*. 3(4).
- Saputra, M. I. H., & Nugraha, N. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Dengan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp) (Studi Kasus: Penentuan Internet Service Provider Di Lingkungan Jaringan Rumah). *Jurnal Ilmiah Teknologi Dan Rekayasa*, 25(3), 199–212. <https://doi.org/10.35760/tr.2020.v25i3.3422>
- Sudradjat, A., Sodiqin, M., & Komarudin, I. (2020). Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process Terhadap Pemilihan Merek CCTV. *Jurnal Infortech*, 2(1), 19–30. <https://doi.org/10.31294/infortech.v2i1.7660>
- Yosita, N. K., Tirtawati, N. M., Nyoman, L., & Lilasari, T. (2024). *Domestic Tourists ' Perceptions of Education-Based Tourism Products at Bali Bird Park Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Produk Wisata Berbasis Edukasi di Bali Bird Park*. 2(10), 1349–1364.