

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Penelitian

Umroh adalah salah satu kegiatan ibadah dalam agama islam yang pelaksanaannya hampir mirip dengan pelaksanaan ibadah haji. Ibadah umroh dilaksanakan dengan cara melakukan beberapa ritual ibadah di kota suci mekkah khususnya di Masjidil Haram. Kegiatan ibadah umroh mempunyai dua sisi yang harus diperhatikan dalam pelaksanaannya yaitu standar pelaksanaannya saat masih di tanah air dan di mekkah. Pada standar pelayanan di tanah air banyak aspek penting yang harus diperhatikan pembinaannya seperti dalam pelayanan jasa (pengurusan dokumen umroh, pemeriksaan calon jamaah), bimbingan manasik (materi bimbingan, metode dan waktu bimbingan), penyediaan perlengkapan dan konsultan keagamaan, sedangkan standar pelayanan ibadah umroh di tanah suci adalah pelayanan akomodasi, transportasi, konsumsi, kesehatan, serta bimbingan ibadah haji dan umroh.

Pelayanan merupakan salah satu hal yang harus diutamakan oleh perusahaan agar perusahaan tersebut dapat menarik perhatian dari konsumennya, pelayanan yang baik juga berdampak baik bagi perusahaan tersebut, khususnya menjaga *image* dari perusahaan bagi masyarakat. Masyarakat selaku konsumen yang aktif tentunya akan senantiasa melihat dan memilih perusahaan yang mampu memberikan kualitas terbaik, baik itu dari segi produknya, fasilitasnya maupun pelayanan yang diberikan oleh perusahaan yang bersangkutan. Hal itu tentunya menjadi salah satu alasan bagi perusahaan untuk terus meningkatkan segala aspek

yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan kepada konsumen, karena pada dasarnya setiap manusia memiliki fitrah ingin mendapatkan pelayanan terbaik, khususnya dalam bidang jasa.

Didalam undang-undang Republik Indonesia No. 13 Tahun 2008 tentang penyelenggaraan ibadah haji dan umroh dijelaskan tentang kewajiban pemerintah terhadap jamaah haji dan umroh, yakni pemerintah berkewajiban melakukan pembinaan, pelayanan dan perlindungan dengan menyediakan layanan administrasi, bimbingan manasik haji, akomodasi, transportasi, pelayanan kesehatan, keamanan dan hal-hal yang diperlukan oleh jamaah umroh.

Maka ini jadi peluang bagi biro-biro penyelenggara haji dan umroh berkompetisi untuk menarik simpati jamaah. Oleh karena itu, biro-biro penyelenggara umroh harus memberikan pelayanan yang bisa menarik perhatian jamaah dengan memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin agar mendapatkan perhatian dari jamaah ibadah umroh.

Pemberian pelayanan ataupun jasa yang baik pada jamaah akan memberikan kepuasan pada jamaahnya yang pada akhirnya akan menciptakan kepuasan jamaah pada pengelola (*travel*) yang bersangkutan. Apabila pelayanan atau jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipresepsikan baik dan memuaskan begitu juga sebaliknya apabila pelayanan atau jasa tidak sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas jasa akan dipresepsikan buruk. Dengan pelayanan yang baik diharapkan dapat melayani jamaah umroh semaksimal mungkin, efektif dan efisien sehingga jamaah umroh merasa puas dan dalam melaksanakan ibadah umroh berjalan dengan lancar sesuai dengan tuntutan agama.

PT. Dago Wisata Internasional Bandung merupakan salah sebuah perusahaan bisnis yang bergerak dibidang jasa pelayanan haji dan umroh. Perusahaan ini memiliki karyawan dalam jumlah relatif cukup banyak yang berusaha untuk memelihara efesiensi dan efektifitas dalam kegiatan usahanya.

Ciri pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada jamaah adalah memiliki karyawan yang professional, tersedia sarana dan prasaranayang baik, tersedia produk yang di inginkan, bertanggung jawab kepada setiap jamaah dari awal hingga selesai, mampu berkomunikasi secara jelas, memiliki pengetahuan umum lainnya dan mampu memberikan kepercayaan kepada jamaah.

Realitanya pernyataan tersebut diatas masih belum bisa terpenuhi oleh pihak perusahaan jasa *travel* PT. Dago Wisata Internasional, sebagai pendukung kesahihan penelitian, peneliti melakukan pra survei mengenai kualitas pelayanan yang telah diberikan terhadap para alumni jamaah yang pernah menggunakan jasa *travel* di PT. Dago Wisata Internasional dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.1
Hasil Pra Survey Kualitas Pelayanan PT. Dago Wisata Internasional

No	Pernyataan	Jawaban Responden			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	Ruang tunggu PT. Dago Wisata Internasional kurang memadai?	11	55	9	45
2	Apakah pelayanan kurang sesuai dengan yang diharapkan?	15	75	5	25
3	Apakah penyampaian informasi yang diberikan kurang begitu jelas?	13	65	7	35
4	Jaminan keamanan belum sesuai harapan?	16	80	4	20
5	Karyawan kurang memberikan perhatian terhadap calon jamaah umroh?	11	55	9	45
Rata-rata			66		34
Jumlah Responden		20 Responden			

Sumber: Data primer, diolah peneliti

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa dari hasil pra survei di atas, pernyataan mengenai kualitas pelayanan yang ada di PT. Dago Wisata Internasional ini belum sesuai dengan yang diharapkan hal ini dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan kecenderungan jawaban ‘Ya’ atas pernyataan yang bersifat negatif yang mengindikasikan bahwa fenomena yang terjadi diantaranya ruang tunggu yang dinilai kurang memadai, pelayanan yang dinilai kurang sesuai, belum adanya jaminan keamanan, dan informasi yang dinilai kurang jelas. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan kualitas pelayanan yang diberikan belum dapat meningkatkan rasa kepedulian terhadap calon jamaah umroh sehingga calon jamaah merasa pelayanan yang dirasakan baik secara fasilitas maupun perhatian belum sesuai dengan yang mereka harapkan.

Tabel 1.2
Hasil Pra Survey Kepuasan Jamaah PT. Dago Wisata Internasional

No	Pernyataan	Jawaban Responden			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	Saya merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan?	10	50	10	50
2	Saya kurang merasa dekat secara emosional dengan di PT. Dago Wisata?	18	90	2	10
3	Saya merasa tidak puas terhadap biaya umroh yang diberikan?	12	60	8	40
4	Saya tidak menemukan pengalaman yang baik selama mengikuti perjalanan ibadah umroh?	11	55	9	45
5	Saya merasa tidak puas terhadap paket umroh yang bervariasi sehingga saya tidak tertarik lagi untuk menggunakan kembali jasa umroh PT. Dago Wisata?	11	55	9	45
6	Saya tidak akan menceritakan pengalaman baik saya kepada semua orang yang saya temui?	14	70	6	30
Rata-rata			63,3		36,7
Jumlah Responden		20 Responden			

Sumber: Data primer, diolah peneliti

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa dari hasil pra survei di atas, pernyataan mengenai kepuasan calon jamaah yang ada di PT. Dago Wisata Internasional ini belum sesuai dengan yang diharapkan hal ini dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan kecenderungan jawaban ‘Ya’ atas pernyataan yang bersifat negatif yang mengindikasikan bahwa kurangnya ikatan emosional antara calon jamaah dengan pihak *travel*, pengalaman yang kurang menyenangkan yang pernah dirasakan, kurangnya pelayanan yang diberikan sehingga mempengaruhi kepuasan jamaah. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa calon jamaah umroh belum merasakan kepuasan selaku calon jamaah baik dari segi pelayanan, kedekatan antara pegawai dan calon jamaah dan biaya yang dikenakan sehingga calon jamaah mendapatkan pengalaman yang kurang begitu memuaskan.

Masalah utama sebagai sebuah perusahaan jasa pelayanan haji dan umroh yang banyak pesaingnya, PT. Dago Wisata Internasional dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan jamaah sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan di atas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jamaah Umroh pada PT. Dago Wisata Internasional Kota Bandung”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Terdapat masalah pada fasilitas yang dimiliki PT. Dago Wisata Internasional Bandung.
2. Belum memuaskannya pelayanan *Customer Service* terhadap jamaah.
3. Penyampaian informasi yang kurang jelas dan belum lengkap.
4. Jaminan keamanan yang diberikan PT. Dago belum sepenuhnya dirasakan jamaah.
5. Perhatian yang diterima calon jamaah belum begitu terasa.
6. Pelayanan belum sesuai dengan SOP.
7. Adanya ketidakpercayaan antara jamaah terhadap PT. Dago Wisata Internasional Bandung.
8. Biaya mahal tidak berbanding lurus dengan fasilitas yang diterima.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, peneliti memberikan pembatasan permasalahan agar dalam penelitian pembahasan dapat mencapai sasaran yang diharapkan. Pembatasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Objek Penelitian (variabel yang diteliti) :
 - a. Kualitas Pelayanan
 - b. Kepuasan Pelanggan
2. Unit Analisis (Subjek Penelitian) : adalah jamaah PT. Dago Wisata Internasional.

3. Unit Observasi (lokasi penelitian) dalam penelitian ini adalah PT. Dago Wisata Internasional Di Kota Bandung.
4. Variabel lain selain kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan jamaah umroh dianggap konstan (*Ceteris Paribus*).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah diatas, dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi kualitas pelayanan pada biro jasa umroh PT. Dago Wisata Internasional Kota Bandung.
2. Bagaimana kondisi kepuasan pelanggan jamaah umroh pada biro jasa umroh PT. Dago Wisata Internasional Kota Bandung.
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jamaah umroh secara parsial pada PT.Dago Wisata Internasional Kota Bandung.

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat lulus untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, program studi Manajemen, Jenjang Program Pendidikan Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi, Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan maksud penelitian diatas, maka penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Mendeskripsikan dan menganalisis kondisi kualitas pelayanan PT. Dago Wisata Internasional Kota Bandung.
2. Mendeskripsikan dan menganalisis kondisi kepuasan pelanggan jamaah umroh PT. Dago Wisata Internasional Kota Bandung.
3. Mengukur besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jamaah umroh secara parsial pada PT. Dago Wisata Internasional Kota Bandung.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menganalisis faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jamaah umroh di PT. Dago Wisata Internasional di Kota Bandung.

1.6.2 Bagi Peneliti

Untuk menerapkan teori-teori pemasaran yang telah diterima di bangku kuliah terhadap kondisi yang ada di perusahaan dan untuk menambah serta memperluas wawasan terutama menyangkut masalah kegiatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang harus dimiliki dan dilakukan oleh perusahaan jasa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi penelitian untuk penelitian selanjutnya.

1.6.3 Bagi Pembaca

Sebagai tambahan informasi dan referensi bacaan bagi seluruh kalangan mengenai ilmu pemasaran, khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan di perusahaan jasa umroh.

1.6.4 Bagi USB YPKP

Menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan, diharapkan dapat menambah referensi ilmu pemasaran khususnya dalam bidang : kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di perusahaan jasa umroh.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Dago Wisata Internasional di Bandung dan perpustakaan Universitas Sangga Buana Yayasan Pendidikan Keuangan dan Perbankan Bandung.

1.7.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada saat semester Ganjil 2022 yaitu dari bulan September 2022 sampai dengan selesai.

Tabel 1.3
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2022 - 2023					
		September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari
1	Pengajuan Judul						
2	Penyusunan BAB I						
3	Penyusunan BAB II						
4	Penyusunan BAB III						
5	Sidang UP						
6	Pengolahan Data						
7	Penyusunan BAB IV, BAB V Lampiran, Abstrak						
8	Sidang Akhir						

Sumber: Data diolah Peneliti