

BAB I

PENDAHULUAN

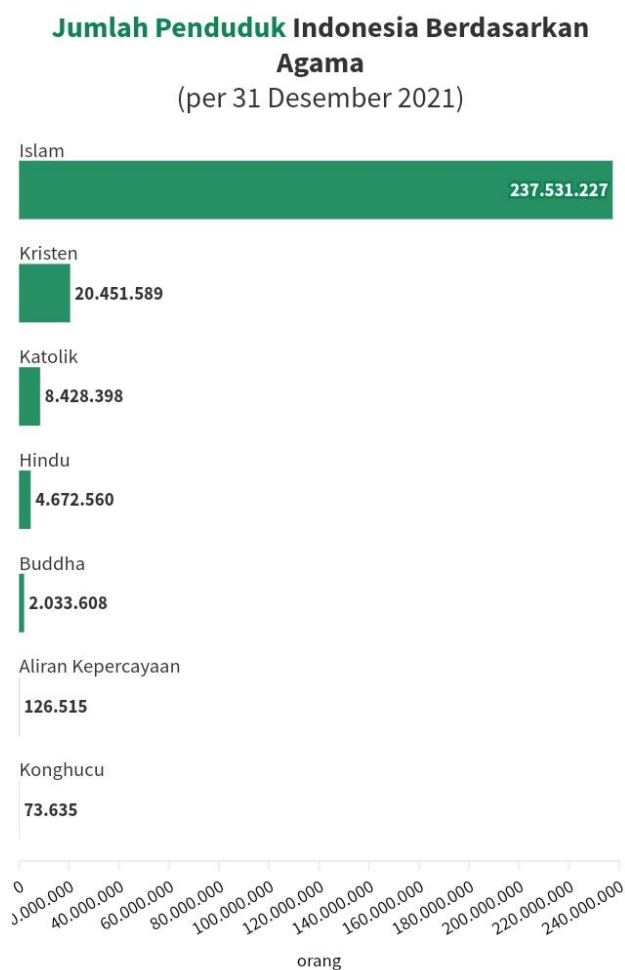
1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini pilihan masyarakat untuk melaksanakan ibadah umroh mengalami peningkatan. Karena ibadah umroh merupakan ibadah yang dengan sengaja dilakukan dengan cara mendatangi *baitullah* atau Ka'bah tanpa terikat oleh waktu atau bulan, yang berbeda seperti halnya ibadah haji yang hanya dapat dikerjakan pada saat bulan dzulhijjah. Umroh bukan hanya kunjungan biasa ke Ka'bah, tetapi kunjungan yang menuntut persiapan rohani dan spiritual yang kuat, yang melibatkan kesucian niat dan perilaku. Dalam HR.Bukhari No. 1773 dan Muslim No 1349, disebutkan “Antara umroh yang satu dan yang lainnya, itu menghapus dosa antara keduanya dan haji mabrur tidak ada balasannya melainkan surga”.

Begitu besarnya niat masyarakat muslim Indonesia melaksanakan ibadah umroh membuat pangsa pasar jasa pemberangkatan umroh mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Salah satu jasa pemberangkatan umroh adalah travel umroh. Travel umroh memiliki arti memfasilitasi pelayanan umroh untuk menyelenggarakan perjalanan ibadah umroh. Usaha travel umroh saat ini banyak diminati oleh pebisnis. Sebab, bisa dikatakan bahwa bisnis travel umroh merupakan bisnis yang tidak ada matinya. Selama bisa melihat peluang akan kebutuhan masyarakat terhadap travel umroh. Selain menjadi gaya hidup (*Life Style*) bagi masyarakat modern, Umroh yang menjadi semakin populer di masyarakat menyebabkan pergi umroh bukan hanya bertujuan ibadah. **Di sisi** lain memang membentuk suatu gaya hidup baru kelas sosial tertentu. Namun diyakini sebagai pilihan imperatif yang diyakini cepat menyelesaikan masalah. Sebagaimana yang dilakukan oleh politisi, pengusaha, pasangan yang belum

memiliki keturunan juga sebagai bentuk rasa syukur atas terselesaikan suatu permasalahan, sembuhnya penyakit yang diderita.

Hal penting untuk diteliti karena Indonesia merupakan negara muslim terbesar dunia. Berdasarkan data kementerian dalam negeri per 31 desember 2021. Penduduk Indonesia yang beragama Islam pada 2021 mencapai 237,53 juta jiwa setara 86% dari total populasi yang mencapai 273,32 juta orang. Data penduduk muslim **Indonesia** dapat dilihat pada gambar **di bawah** ini.



Sumber: Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri)

Sumber : Kementerian Dalam Negeri, 2021.

Gambar 1.1

Peningkatan Penduduk Muslim Indonesia

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa pertumbuhan umat muslim di Indonesia mencapai 237.531.227 jiwa, yang artinya peluang bisnis penyedia jasa pemberangkatan umroh sangatlah besar. Banyaknya minat masyarakat menunaikan ibadah umroh disebabkan karena terbatasnya kuota haji yang menyebabkan daftar tunggu haji. Fenomena ini mendorong banyak umat muslim berbondong-bondong menunaikan ibadah umroh.

Dari pertumbuhan muslim yang semakin meningkat, pemahaman masyarakat tentang produk umroh dan peminat untuk melaksanakan umroh semakin bertambah. Hal ini dilihat dari jumlah aktivitas umroh di Indonesia. Data sebagaimana gambar berikut:



Sumber : Kementerian Haji dan Umroh Tahun 2019

Gambar 1.2

Pemberangkatan Umroh Indonesia

Data statistik yang dirilis Kementerian Haji dan Arab Saudi jumlah jamaah umroh asal Indonesia mencapai 974.650 Januari – 20 Juni 2019. Indonesia mengalami penurunan jamaah umroh, berdasarkan data statistik Kementrian Haji dan Umroh Arab Saudi yang dikutip Arab News (21/12/2019) menyebutkan sebanyak 2.212.690 visa umroh telah diterbitkan dimulai 31 Agustus 2019 – Desember 2019, Indonesia diposisi kedua dengan 399.103 jamaah umroh.

Dari data statistik jumlah jamaah umroh sepanjang tahun 2019 sebanyak 1.373.753 jamaah umroh. Dilihat dari visa umroh yang telah diterbitkan besarnya permintaan umat muslim Indonesia yang menunaikan ibadah umroh menjadi peluang bisnis yang menggiurkan. Tak kurang dari Rp 27.475.060.000.000,- dana yang tersedot dari penyelenggara umroh tiap tahunnya. Prediksi sebesar itu berdasarkan asumsi setiap jamaah umroh menghabiskan dana sebesar Rp. 20.000.000,- dengan asumsi visa umroh yang dikeluarkan pemerintah Arab Saudi untuk Indonesia mencapai 1.373.753 di tahun 2019.

Semakin tinggi minat masyarakat Indonesia untuk menunaikan ibadah umroh dari tahun ke tahun menyebabkan menjamurnya bisnis pada bidang tour dan tavel sejalan dengan semakin banyaknya bisnis pada bidang serupa menyebabkan semakin tingginya tingkat persaingan antara usaha tersebut. Persaingan di bidang bisnis saat ini terbilang sangat ketat dan terus berubah seiring dengan perubahan teknologi, budaya, perkembangan dunia usaha dan kebutuhan pelanggan. Kebutuhan pelanggan yang semakin lama semakin bermacam-macam menuntut suatu perusahaan untuk dapat memenuhi segala sesuatu yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Bisnis adalah keseluruhan aktivitas bisnis yang terkait dengan penjualan dan pemberian layanan kepada pelanggan untuk penggunaan yang sifatnya individu sebagai pribadi maupun keluarga. Agar bisa berhasil dalam bisnis yang kompetitif, pelaku bisnis harus dapat menawarkan promosi yang tepat, dengan pelayanan yang berstandarisasi oleh karena itu pemahaman terhadap pelaku bisnis terhadap karakteristik target pasar atau konsumen yang akan dilayani merupakan hal yang sangat penting.

Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, kualitas

pelayanan dipersepsikan ideal, sebaliknya apabila pelayanan yang diterima lebih rendah dengan yang diharapkan, kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Ketika pelanggan merasa puas akan pelayanan yang didapat pada saat proses transaksi dan juga puas akan barang atau jasa yang mereka dapatkan, besar kemungkinan mereka akan kembali melaksanakan umroh lain dan juga yang akan merekomendasikan pada teman-teman, keluarga, kerabat tentang perusahaan tersebut atas produk-produk dan pelayanan yang telah diberikan. Dengan begitu pelanggan akan semakin bertambah banyak.

Kualitas pelayanan menjadi variabel kunci strategis dalam upaya organisasi untuk mencapai kepuasan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan juga menarik pelanggan baru. Untuk mencapai tujuan tersebut organisasi seharusnya memperhatikan tindakan pekerja dan membekali pekerjanya dengan pengetahuan yang cukup tentang strategi pelayanan yang baik. Apabila hal ini diabaikan maka pelanggan akan mengalami kekecewaan karena komunikasi yang buruk. Penting bagi suatu perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek bukti langsung yang paling tepat, yaitu masih memberikan kesan yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggan. Pelayanan yang tanggap juga dipengaruhi oleh sikap karyawan yang langsung berhubungan dengan pelanggan. Salah satunya adalah kesigapan dan ketulusan dalam menjawab pertanyaan dan permintaan pelanggan secara langsung atau pelayanan melalui telepon yang siap sedia menanggapi pertanyaan pelanggan, penyampaian informasi saat pelayanan, dan kemauan untuk membantu pelanggan.

Disamping itu jam kerja, perhatian dalam pelayanan menjadikan pelanggan tertarik kepada perusahaan, perhatian pribadi kepada pelanggan, dan memahami kebutuhan pelanggan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, kualitas pelayanan dipersepsikan ideal, sebaliknya apabila pelayanan yang diterima lebih rendah dengan yang diharapkan, kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ke tidak sesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan di banding kompetitor yang ada. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun berbeda-beda, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bisnis.

Berbicara bisnis banyak sekali bisnis yang tersebar di negara Indonesia ini, salah satunya bisnis dalam bidang tour & travel seperti Eltura Travel yang terletak di Bumi Asri, Bandung, yang menjalankan bisnis dalam pemberangkatan umroh. Eltura Travel tidak asing lagi dikalangan masyarakat karena banyak pelanggan yang mempercayakan uang tabungannya diperuntukkan untuk umroh. Tidak dipungkiri juga para pelanggan yang baru pertama kali memakai jasa Eltura Travel yang ada dalam pemilihan mereka didasarkan bagaimana kualitas pelayanan Eltura Travel.

Peneliti mengikuti pelayanan yang dilakukan oleh Eltura Travel terhadap

jamaah dan peneliti menganggap bahwa pelayanan yang dilakukan oleh Eltura Travel mulai dari pendaftaran sampai dengan keberangkatan sangatlah baik karena pihak Eltura Travel selalu ada yang mendampingi di bidang pembuatan paspor, suntik manganitis, rekam biometrik dan manasik. Adapun yang peneliti temui di lapangan adanya beberapa travel yang melakukan pelayanan yang tidak sesuai prosedur dan ada juga yang melakukan hanya sesuai dengan prosedur. Eltura Travel salah satu dari sekian banyak tour & travel yang menyediakan cukup banyak jadwal pemberangkatan umroh. Jadwal dan jumlah jamaahnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.1 Jumlah Jamaah Pelaksana Umroh

Keberangkatan	Jumlah
Januari 2019	30 Orang
Februari 2019	45 Orang
Maret 2019	55 Orang
April 2019	49 Orang
Mei 2019	109 Orang
Juni 2019	49 Orang
September 2019	90 Orang
Oktober 2019	178 Orang
November 2019	225 Orang
Desember 2019	176 Orang

Sumber: Dikelola oleh penulis (2019)

Berdasarkan tabel 1.1 Pemberangkatan umroh pada tahun 2019 sebanyak 1006 orang. Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang dan jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmati dengan pelayanan yang baik atau

memuaskan. Kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan dimata pelanggannya. Model perhitungan untuk menilai kualitas jasa pelayanan, menurut Zeithaml dkk(1990:23) menyatakan bahwa 10 ukuran kualitas jasa/pelayanan dalam menilai kualitas jasa/pelayanan yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *communication*, *credibility*, *security*, *competence*, *courtesy*, *understanding* dan *access*. Dimensi tersebut kemudian diolah lagi sehingga akhirnya disederhanakan menjadi 5 dimensi yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *empathy*.

Inti dari konsep kualitas Pelayanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (*Responsiveness*), menumbuhkan adanya jaminan (*Assurance*), menunjukkan bukti fisik (*Tangible*) yang dapat dilihatnya, menurut (*Empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan kehandalannya (*Reliability*) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Kepuasan pelanggan Eltura Travel secara keseluruhan yang dilihat berdasarkan kinerja dan kepentingan atribut-atribut produk berada pada kriteria Cukup Puas. Meskipun demikian dengan berkembangnya bisnis/usaha dan bermunculannya usaha-usaha yang sejenis strategi dalam meraih pelanggan, selain itu apabila bisa ditingkatkan pada taraf sangat puas yang diindikasikan dengan nilai mendekati 100 persen itu akan lebih baik.

Eltura Travel berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dalam melaksanakan perjalanan umrah. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai kualitas pelayanan umrah maka penulis akan menuangkan sebuah karya ilmiah dengan judul

“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Usaha Jasa Penyelenggara Umroh Eltura Travel Bandung”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dan untuk mempermudah pembahasan dan penyusunan kerangka pemikiran, maka permasalahan yang akan muncul dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan usaha jasa penyelenggara umroh Eltura Travel Bandung?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan usaha jasa penyelenggara umroh Eltura Travel Bandung?
3. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan usaha jasa penyelenggara umroh Eltura Travel Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan usaha jasa penyelenggara umroh Eltura Travel.
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan usah jasa penyelenggara umroh Eltura Travel.
3. Untuk mengetahui besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan usaha jasa penyelenggara umroh Eltura Travel.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini,peneliti berharap dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak berikut:

1. Teoritik Akademik

Bagi peneliti,dapat menambah wawasan dan pengetahuan pelanggan secara utuh dan membandingkan teori-teori yang didapat dari perkuliahan. Diantaranya mata kuliah pengantar ilmu administrasi bisnis, dan manajemen kualitas dengan praktek yang sesungguhnya saat penelitian untuk skripsi.

2. Praktis

Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran dalam menangani masalah pelayanan calon jamaah umroh yang sedang dihadapi sehingga penelitian ini dapat bermanfaat bagi Eltura Travel dan para pelaku bisnis tour and travel.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisannya sebagai berikut:

1. **BAB I PENDAHULUAN.** Dalam bab ini terdiri dari beberapa sub bab antara lain terdiri dari latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.
2. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA.** Dalam bab ini terdiri dari beberapa sub bab antara lain terdiri dari beberapa sub bab antara lain terdiri dari kajian

teoritis, kajian nonteoritis, kajian/penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran dan hipotesis.

3. **BAB III METODE PENELITIAN.** Dalam bab ini terdiri dari beberapa sub bab antara lain terdiri dari jenis penelitian, ruang lingkup penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sample, teknik pengumpulan data...**lengkapi.sesuai dengan dfatar isi.**
4. **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.** Dalam bab ini terdiri dari beberapa sub bab antara lain terdiri dari obyek penelitian, hasil pengumpulan data, karakteristik reponden, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.
5. **BAB V PENUTUP.** Dalam bab ini terdiri dari **dua** sub bab, **yaitu** terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Berdasarkan penelitian ini, penulis memilih lokasi penelitian di Eltura Travel dengan alamat Jalan Dirgantara 9 No 4 Kota Bandung.

1.6.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian dan penyusunan akan dilaksanakan pada Oktober 2021 sampai Februari 2022 dengan penjabaran sebagai berikut:

Tabel 1.2 Waktu dan penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian 2021-2022				
		Oktober	November	Desember	Januari 2022	Februari 2022
1	Mencari Jurnal dan skripsi terdahulu untuk penelitian					
2	Menentukan topic dan judul penelitian					
3	Penyusunan Proposal Bab I-III					
4	Penyempurnaan materi penulisan dan SUP					
5	Perbaikan Proposal					
6	Pengambilan data					
7	Pengolahan data					
8	Penyusunan Bab IV-V serta laporan hasil penelitian					
9	Sidang Skripsi					

Sumber : Diolah peneliti(2022)