

# BAB I

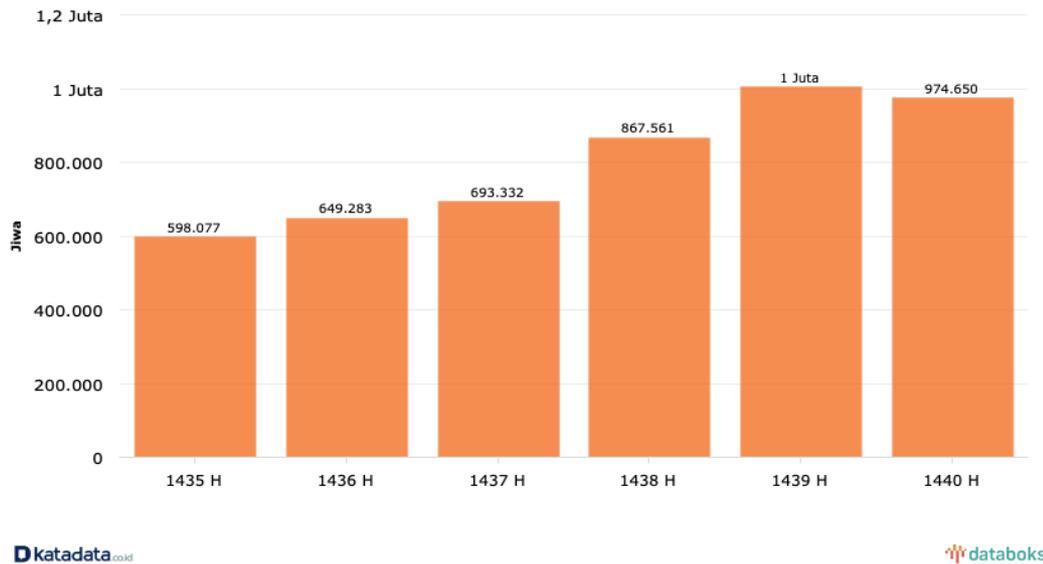
## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan populasi umat Islam terbanyak di dunia. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), jumlah penduduk yang beragama Islam di Indonesia sebanyak 237,53 juta jiwa atau 86,9% dari seluruh populasi Indonesia per 31 Desember 2021 sebesar yaitu 273,32 juta jiwa. Terdapat peningkatan jumlah penduduk Indonesia dan penduduk yang beragama Islam berdasarkan data dari *Globalreligiustfuture*, penduduk Indonesia yang beragama Islam pada tahun 2010 mencapai 209,12 juta jiwa atau sekitar 87% dari total populasi. Dan di tahun 2060 berdasarkan data dari *Pew Research Center* jumlah populasi yang beragama Islam meningkat menjadi 253,45 juta jiwa.

Banyaknya populasi yang beragama Islam di Indonesia yang besar ini maka bisnis perjalanan haji dan umrah dapat dikatakan sangat potensial untuk dijalankan dan dapat menjadi petunjuk dengan semakin ketatnya persaingan di industri bidang perjalanan haji dan umrah. Berdasarkan data yang dikutip dari situs website HIMPUGH (Himpunan Penyelenggara Umrah dan Haji) pada tanggal 5 April 2021 terdapat 336 perusahaan yang terdaftar di asosisasi ini. Dan sejumlah perusahaan haji dan umrah yang terdaftar asosiasi haji dan umrah lainnya seperti Amphuri, Ampuh, Asphurindo, Asphuri, Sapuhi, Kesthuri dan Gaphura yang terdapat dan tersebar di wilayah Indonesia.

**GAMBAR 1**  
**JUMLAH JEMAAH UMRAH TAHUN PERIODE 2014-2019 / 1435 H – 1439 H**  
 Jumlah Jemaah Umrah Periode 1435 H - 1439 H



Sumber: databoks.katadata.com, 2020

Berdasarkan dari data yang digambarkan dalam bentuk bagan dapat disimpulkan terdapat kenaikan jumlah masyarakat Indonesia dalam melakukan ibadah umrah selama enam tahun terakhir ini yang dimulai dari tahun 2014 atau yang dimulai dari kalender hijriah 1435 H sampai dengan tahun 2019 atau 1440 H. Terdapat kenaikan hampir 2 kali lipat dalam 6 tahun tersebut dari 598.077 jiwa sampai dengan 974.650 jiwa.

Namun jumlah jemaah yang menjalankan ibadah umrah menurun secara drastis pada tahun 2020 karena dengan adanya virus menular Covid-19 yang melanda seluruh dunia sehingga Pemerintah Arab Saudi memutuskan untuk menutup seluruh akses kedatangan ke negara tersebut untuk memutus rantai penyebaran virus Covid-19, sehingga Pemerintah Indonesia juga melarang adanya perjalanan keluar negeri. Pada tahun 2021, Pemerintah Arab Saudi mulai memberikan akses terbatas kepada beberapa jemaah umrah yang ingin melakukan ibadah umrah dengan disertai protokol kesehatan

dengan memakai masker, menjaga jarak, serta wajib tes PCR dan karantina sebelum memulai menunaikan ibadah.

Dalam perkembangannya serta diikuti dengan peningkatan persentase angka masyarakat Indonesia yang sudah di vaksin maka pada awal tahun 2022 atau di tahun 1443 H tanggal 8 Januari 2022, Pemerintah Arab Saudi dan Pemerintah Indonesia secara resmi sudah mulai memberangkatkan kegiatan ibadah umrah perdana kepada masyarakat umum namun penyelenggaraan umrah masih dilaksanakan dengan pengendalian dan pengawasan dengan mengikuti kepatuhan protokol kesehatan secara ketat dikarenakan masih dalam pandemi. Pemberangkatan ibadah umrah ini dibuka setelah sebelumnya mengalami penundaan sesuai imbauan Presiden Joko Widodo agar tak melakukan perjalanan ke luar negeri pada akhir 2021. Pada gambar 2 dijelaskan sebagai berikut:

**GAMBAR 2**  
**KEBERANGKATAN JEMAAH UMRAH ESQ TOUR & TRAVEL 2022**

No Flight	Nama Paket	Berangkat	Kembali	Total Hari	Total Kursi	# Booked	Hotel Mekah	Hotel Madinah
GA / SV	Umroh ESQ *5 - Garuda Indonesia 12 Hari	02-Mar-2022	13-Mar-2022	12	35	27	Swissotel Almaqam	Millenium Al Qeeq
GA / SV	Umroh ESQ *4 - Garuda Indonesia 12 Hari	02-Mar-2022	13-Mar-2022	12	35	0	HILTON CONVENTION	Safir Elyas
TIKET ID	Umroh Nuzulul Quran - 12 Hari	13-Apr-2022	24-Apr-2022	12	7	5	Anjum	Royal Inn Rawda
GA	Umroh Nuzulul Quran - Garuda Indonesia 12 Hari	13-Apr-2022	24-Apr-2022	12	27	27	Lemeridien	Royal Inn Rawda
GA BISNIS	Umroh Lalilatul Qadar - Garuda Indonesia 18 Hari	21-Apr-2022	08-May-2022	18	17	16		
GA EKONOMI	Umroh Lalilatul Qadar - Garuda Indonesia 18 Hari	21-Apr-2022	08-May-2022	18	14	7	Anjum	Royal Inn Rawda
GA	Umroh Syawal - Garuda Indonesia 12 Hari	05-May-2022	16-May-2022	12	34	34	Al Marwa Rayhaan By Rotana	Royal Inn Rawda
BISNIS CLASS	Umroh Syawal - Garuda Indonesia 12 Hari	05-May-2022	16-May-2022	12	3	3	Al Marwa Rayhaan By Rotana	Royal Inn Rawda

Sumber: PT. Ikhsan Fajrul Wisata, 2022

Pada tabel di atas dapat disimpulkan terdapat pemberangkatan di ESQ Tours & Travel dari bulan Maret 2022 sampai dengan bulan April 2022 dengan total 119 jemaah

dengan rincian yaitu, bulan Maret sebanyak 27 jemaah, bulan April gelombang pertama sebanyak 32 jemaah, bulan April gelombang kedua sebanyak 23 jemaah, dan bulan Mei terdapat peningkatan sebanyak 37 jemaah sedangkan untuk keberangkatan bulan Juni dan Juli tidak ada pemberangkatan dikarenakan Pemerintah Arab Saudi sedang menyiapkan untuk persiapan haji 1443 H.

Dengan banyaknya perusahaan yang menjalankan bisnis di bidang yang sama maka perusahaan diminta untuk menarik minat jemaah dan menarik perhatian mereka agar dapat bersaing. Salah satu cara yang cukup efektif untuk dilakukan perusahaan adalah dengan memberikan pelayanan dan produk yang berkualitas bagi jemaah. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan jemaah di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman jemaah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman jemaah yang kurang menyenangkan.

Beberapa hal yang harus diperhatikan untuk memberikan pelayanan terbaik adalah dengan mendengar suara jemaah yang memakai jasa/produk perusahaan, dengan ini maka perusahaan harus melakukan komunikasi dengan jemaah secara langsung dengan maksud untuk memperoleh umpan balik (*feedback*) yaitu berupa tanggapan dari jemaah tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan sebagai control dan ukuran keberhasilan untuk mencapai kepuasan yang dirasakan jemaah. Selain kualitas pelayanan ESQ Tours & Travel dapat memperhatikan jasa/produk yang dimiliki, seperti standar yang selama ini sudah terapkan yaitu standar akomodasi hotel, standar transportasi seperti pesawat dan bus yang digunakan serta standar kualitas restoran yang dipilih.

Menurut Kotler (2009), jasa atau pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak yang lain, yang pada dasarnya tidak

berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Tjiptono & Gregorius (2012) menyatakan kepuasan jemaah adalah situasi yang ditunjukkan oleh jemaah ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Penilaian baik atau buruknya pelayanan jasa tergantung dari kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan yang sesuai dengan keinginan jemaah. Pelayanan dapat dibilang baik dan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau bahkan melebihi harapan dari jemaah. Jemaah yang merasa puas terhadap produk/jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/ produk yang dijual perusahaan (Kotler dan Keller, 2009).

Kepuasan dipengaruhi oleh dimensi kualitas pelayanan, seperti yang dikemukakan Kotler & Keller (2009) dimensi kualitas pelayanan berdasarkan urutan tingkat pentingnya ada lima, yakni *reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat, *responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesediaan membantu jemaah dan memberikan jasa dengan cepat, *assurance* (jaminan) yaitu karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan jemaah terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman kepada jemaah, *empathy* (empati) yaitu suatu usaha untuk memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada jemaah dan *tangibles* (bukti fisik) yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi, seperti gedung kantor, atribut yang dikenakan karyawan, peralatan untuk menyalurkan jasa dan penampilan karyawan.

Kualitas pelayanan sangatlah penting untuk diketahui dan diterapkan oleh semua perusahaan perjalanan wisata agar kedepannya para jemaah yang menggunakan jasa dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dinilai dengan baik sehingga jemaah akan menggunakan layanan jasa dan itu kembali dan dapat menjadi nilai tambah bagi perusahaan karena perusahaan mempunyai peluang untuk mendapatkan reputasi

yang baik. Oleh karena itu ESQ Tours & Travel harus memiliki pedoman dan penelitian untuk menjadi tolak ukur berjalannya bisnis sehingga para jemaah yang telah menggunakan jasa dari ESQ Tours & Travel khususnya umrah bisa merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan tetap sama walaupun dengan adanya pandemi Covid-19. Berdasarkan hal diatas, dapat dijelaskan penelitian ini untuk menganalisis “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Jemaah Umrah di ESQ Tours & Travel”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka perumusan masalah yang diperoleh pada penelitian ini ialah “Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh ESQ Tours & Travel untuk menghasilkan kepuasan Jemaah Umrah”.

## **C. Identifikasi Masalah**

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, penulis menguraikan melalui identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan umrah di ESQ Tours & Travel
2. Bagaimana kepuasan jemaah di ESQ Tours & Travel Jakarta
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan umrah terhadap kepuasan jemaah umrah di ESQ Tours & Travel

#### **D. Tujuan Penelitian**

Terdapat dua tujuan dari penelitian ini, yaitu tujuan formal dan tujuan operasional.

##### 1. Tujuan Formal

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada program Diploma IV (Empat) Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan, Jurusan Perjalanan, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

##### 2. Tujuan Operasional

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan umrah di ESQ Tours & Travel
- b. Untuk mengetahui kepuasan jemaah umrah di ESQ Tours & Travel
- c. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jemaah umrah di ESQ Tours & Travel.

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi ESQ Tours & Travel sebagai pelaku bisnis sebagai bahan pertimbangan ataupun sebagai evaluasi atas kinerja jasa yang dihasilkan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

##### 2. Manfaat Teoritis

###### a. Manfaat Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dari penulis, sehingga penulis mengetahui indikator apa saja dari kualitas suatu jasa atau produk yang baik dan kaitannya dengan kepuasan pelanggan yang nantinya bisa diaplikasikan secara nyata oleh peneliti.

b. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dan menjadi referensi terhadap dunia pendidikan untuk pengembangan studi ataupun penelitian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.