

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Biro perjalanan umroh terus berkembang menjadi sebuah peluang bisnis baru dan menjanjikan, terbukti dari jumlah biro perjalanan umroh di Indonesia yang meningkat sebesar 30% sejak tahun 2021 yang awalnya berjumlah 1.600 menjadi 2.180 pada tahun 2023 dan telah tercatat resmi oleh Kementerian Agama Indonesia (Hawari, 2023). Jumlah peningkatan ini membuat pelanggan yakni para calon jamaah umroh dihadapkan dengan pilihan paket dan layanan umroh yang semakin banyak dan bervariasi serta akan berdampak pada meningkatnya angka persaingan sesama biro perjalanan umroh. Para pelaku bisnis harus menemukan cara untuk mempertahankan loyalitas pelanggan lama dan menggait pelanggan baru yang menjadi akibat dari tingginya persaingan dengan sesama biro perjalanan umroh.

Kepuasan pelanggan dan pelayanan menjadi bagian vital bagi suatu bisnis, tingginya tingkat kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi keberlangsungan dari suatu bisnis dan untuk dapat unggul dari pesaingnya, dikarenakan tujuan utama dari bisnis adalah memenuhi ekspektasi dari pelanggannya. Selanjutnya, ini akan menjadi tolak ukur kepercayaan konsumen untuk dapat menggunakan jasa yang sama untuk kemudian hari dan dapat berakhir pada promosi *word of mouth* (WOM) oleh konsumen.

Kepuasan pelanggan diartikan sebagai taraf perasaan individu setelah memadankan performa produk jasa yang diterima atau rasakan dengan apa yang menjadi harapannya (Lupiyoadi, 2013).

Lebih lanjut, Mahira et al. (2021) menjelaskan kepuasan pelanggan sebagai suatu tanggapan perasaan pelanggan meliputi beberapa faktor yakni harapan pada produk tertentu, pengalaman pemakaian, dan lainnya, tanggapan tersebut terjadi pada waktu tertentu misalnya sebelum ataupun sesudah penggunaan produk tersebut.

Praktek dalam memenuhi kepuasan pelanggan merupakan hal yang tidak mudah untuk dilakukan dikarenakan setiap pelanggan memiliki karakteristik dan harapan akan suatu hal yang berbeda. Sehingga peranan setiap pribadi dalam pemberian pelayanan sangat berharga untuk membentuk kepuasan pelanggan (Arief, 2007) . Oleh sebab itu, Simon et al. (2016) telah merumuskan beberapa parameter yang dapat dijadikan sebagai alat untuk menguji kepuasan pelanggan secara umum yakni: *Attributes Related to Product*, *Attributes Related to Services* dan *Attributes Related to Purchase*.

Semua bisnis yang berfokus pada bidang jasa, kualitas pelayanan merupakan suatu bagian kompleks yang harus dimiliki. Terdapat beberapa parameter inti yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu biaya, emosional, harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan/layanan (Puspitasari, 2019). Temuan dari penelitian terdahulu kemudian memperlihatkan bahwa secara signifikan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Buddy et al., 2019; Fitriani dan Stevano, 2024; Irfandi et al., 2017).

Dalam membentuk kepuasan pelanggan, kualitas produk dan layanan menjadi bagian yang berperan secara esensial pada hal tersebut. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai kepaduan dari fungsi dan keistimewaan suatu produk atau layanan yang mendukung kapasitasnya dalam pemenuhan kepuasan

dan kebutuhan pelanggan secara langsung maupun tidak langsung. Makin tingginya kualitas produk serta layanan yang disediakan maka semakin tinggi pula kepuasan yang diterima oleh pelanggan (Indrasari, 2019).

Menurut pendapat Buddy et al. (2019:111) kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan suatu bentuk evaluasi pelanggan pada suatu tingkatan layanan yang dirasakan terhadap layanan yang diharapkan. Hasil evaluasi dari konsumen dapat digunakan oleh setiap biro perjalanan umroh untuk meningkatkan serta memperbaiki jenis layanan yang diberikan kepada konsumen.

Kualitas dapat disimpulkan baik apabila penyedia layanan menawarkan layanan yang sesuai dengan keinginan konsumen. Maka dari itu, keselarasan antara kebutuhan dengan keinginan serta apa yang diberikan sangat diperlukan untuk mencapai kepuasan pelanggan (Indrasari, 2019). Dengan demikian, untuk memahami bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan, maka menurut Tjiptono (2019) terdapat lima indikator yang digunakan untuk mengevaluasi pelayanan oleh pelanggan yakni: Bukti Fisik (*tangibles*), Empati (*empathy*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Keandalan (*reliability*) dan Jaminan (*assurance*). Indikator penilaian pada *service quality* diharapkan tidak hanya berfokus pada bagaimana interaksi pelanggan dengan penyedia layanan tetapi mengenai apa yang pelanggan terima secara aktual (Kuswoyo & Tjahyadi, 2017).

Pelaksanaan ibadah umroh merupakan hal yang kompleks sehingga pihak penyelenggara ibadah umroh harus melakukan persiapan matang yang sesuai dengan prosedur serta memperhatikan setiap detail kebutuhan jamaah, mulai dari

pembimbingan pembelian paket umroh, pendaftaran, pelayanan persiapan dokumen umroh, proses manasik, perlengkapan jamaah, hotel, transportasi, restoran, mutawif/ pembimbing umroh, keberangkatan sampai dengan para jamaah kembali ke tanah air. Dalam hal ini, pelayanan prima dan maksimal merupakan hal yang sangat diperlukan oleh jamaah dan tidak semua biro perjalanan umroh dapat memberikan hal tersebut.

Demikian pula calon jamaah umroh menjadi lebih berhati-hati dalam memilih biro perjalanan umroh yang akan mereka gunakan produk dan jasanya, hal ini disebabkan karena para jamaah umroh yang dihadapkan dengan banyaknya penawaran paket dan layanan umroh dari setiap biro perjalanan yang ada, sehingga ketersediaan informasi mengenai biro perjalanan umroh yang resmi dan kredibilitasnya dapat dipertanggungjawabkan sangat dibutuhkan oleh para calon jamaah umroh sebelum memutuskan melakukan pembelian.

Salah satu biro perjalanan umroh resmi yang telah terdaftar di Penyelenggara Pelaksanaan Ibadah Umroh (PPIU) Indonesia yang berfokus pada perjalanan haji dan umroh yakni PT. Amarina Hikmah Ilal Haramain atau biasa juga dikenal sebagai Hikmah Ilal Haramain Travel yang salah satu kantor pelayanannya ada di Kota Makassar. Didirikan pada tahun 2021 oleh Dr. Suwanto bersama dengan Dr. Muhammad Harsya Bachtiar, Lc.,M.A yang pada saat ini menjadi Direktur Utama dari biro perjalanan umroh ini sekaligus menjadi mutawif atau pembimbing jamaah umroh. PT. Amarina Hikmah Ilal Haramain sendiri telah beberapa kali membawa rombongan jamaah sejak berdiri mulai dari umroh regular maupun umroh *private*.

Adapun data jumlah jamaah yang telah menggunakan jasa dari biro perjalanan umroh ini pada akhir tahun 2022 hingga awal tahun 2024 adalah sebagai berikut:

TABEL 1
JUMLAH JAMAAH PT. AMARINA HIKMAH ILAL HARAMAIN

Tahun	Periode Keberangkatn	Jumlah Jamaah
2022	November	46
2023	Maret	18
	September	24
	November	26
	Desember	19
2024	Februari	13
	Maret	18
Total		164

Sumber: Manajemen PT. Amarina Hikmah Ilal Haramain, 2024

Data keberangkatan jamaah umroh di atas memperlihatkan bahwa ada penurunan jumlah jamaah setiap periode keberangkatan di PT Amarina Hikmah Ilal Haramain. Berdasarkan wawancara prasurvei dengan direktur PT Amarina Hikmah Ilal Haramain, hal tersebut dapat diakibatkan oleh faktor-faktor tertentu seperti persaingan yang terjadi antara sesama biro perjalanan umroh mulai dari segi harga, fasilitas yang didapatkan jamaah, serta pembelian ulang yang dilakukan oleh jamaah pada biro perjalanan umroh yang sama. Selain itu, sebagian jamaah PT Amarina Hikmah Ilal Haramain menganggap pelayanan yang diberikan oleh pihak penyelenggara umroh belum maksimal seperti jamaah yang mendapatkan perbedaan pelayanan, hotel, maskapai penerbangan serta komponen fasilitas umroh lainnya, sehingga kepuasan mereka belum tercapai atau terpenuhi dengan baik.

Sehingga bersumber pada permasalahan yang telah diuraikan di atas bahwa terjadi penurunan jumlah jamaah setiap periode keberangkatan serta komplain

terhadap pihak penyelenggara umroh yang disampaikan oleh jamaah seperti pelayanan yang belum maksimal sehingga kepuasan dari para jamaah belum dapat terpenuhi dengan baik. Dengan demikian, guna memahami hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan para jamaah umroh secara lebih mendalam dan terstruktur. Maka penulis mengangkat penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh di PT. Amarina Hikmah Ilal Haramain Makassar”**

B. Rumusan Masalah

Sesuai pada uraian latar belakang masalah yang telah dijabarkan guna mengetahui berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umroh di PT.Amarina Hikmah Ilal Haramain Makassar, maka pada penelitian ini rumusan masalah dijabarkan berbentuk pertanyaan yang meliputi::

1. Bagaimana kualitas pelayanan di PT.Amarina Hikmah Ilal Haramain Makassar?
2. Bagaimana kepuasan jamaah umroh di PT.Amarina Hikmah Ilal Haramain Makassar?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umroh di PT.Amarina Hikmah Ilal Haramain Makassar?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Formal

Penelitian ini ditujukan guna mencapai pemenuhan salah satu persyaratan akademik untuk menyelesaikan studi sebagai mahasiswa Program Studi Usaha

Perjalanan Wisata Diploma IV. Jurusan Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di PT. Amarina Hikmah Ilal Haramain Makassar
- b. Untuk mengetahui kepuasan jamaah umroh di PT. Amarina Hikmah Ilal Haramain Makassar
- c. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umroh di PT. Amarina Hikmah Ilal Haramain Makassar

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Harapannya penelitian ini bisa memberikan informasi serta pengetahuan yang komprehensif dan luas mengenai kualitas pelayanan serta bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Informasi tersebut diharapkan dapat diterapkan pada masa mendatang dalam kondisi bisnis atau pekerjaan yang melibatkan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya, penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk dunia pendidikan dalam mengembangkan studi mendalam mengenai kualitas pelayanan maupun kepuasan pelanggan serta memberikan penjabaran mengenai indikator yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan khususnya pada bidang perjalanan umroh dan haji.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan guna menambah serta membuka wawasan yang lebih luas untuk peneliti mengenai pentingnya suatu pelayanan yang berkualitas dan pembentukan kepuasan pelanggan dalam suatu bisnis yang dapat digunakan pada masa mendatang, selain itu penelitian ini dapat menjadi wadah untuk peneliti dalam melatih dan mengembangkan cara menulis, berfikir kritis, dan lebih peka terhadap fenomena – fenomena yang terjadi disekitar.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini ditujukan untuk dapat memberi manfaat bagi PT. Amarina Hikmah Ilal Haramain Makassar dalam meningkatkan kepuasan para jamaah umroh melalui evaluasi kualitas pelayanan. Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan oleh PT. Amarina Hikmah Ilal Haramain Makassar dalam mengembangkan bisnis dan mengoptimalkan kinerja layanan. Selanjutnya, hasil ini pula akan menjadi bahan evaluasi perusahaan untuk dapat memperbaiki bagian yang masih dianggap belum maksimal dalam layanan dan dapat terus mempertahankan kepuasan jamaah serta untuk mendapatkan pelanggan baru.