

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata di Indonesia berkembang semakin pesat seiring dengan kemajuan teknologi dan pola pikir wisatawan yang bermacam-macam. Salah satu bidang yang menjadi potensi bisnis di industri pariwisata Indonesia adalah bidang wisata religi. Wisata religi ialah wisata yang bertujuan untuk melengkapi segala kebutuhan spiritual sehingga dapat menenangkan jiwa dengan hikmah-hikmah keagamaan (Mukhirto & Fathoni, 2022).

Dari segi keagamaan, Indonesia dikenal sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbanyak di dunia. Penduduk muslim di Indonesia mencapai 240,62 juta jiwa pada tahun 2023 yang dinyatakan oleh *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC). Dengan ini tentunya segala bentuk kegiatan perjalanan umat muslim dalam wisata religi menjadi potensi bisnis yang sangat menggiurkan, salah satunya bisnis haji dan umroh.

Umroh adalah salah satu ibadah yang dilakukan bagi setiap umat muslim yang mampu secara fisik dan finansialnya. Ibadah umroh merupakan kegiatan spiritual yang dijalankan dengan ketulusan hati yang ikhlas, serta niat yang kuat sebagai penebus dosanya. Ibadah Umroh menjadi salah satu ibadah dambaan umat muslim selain dari ibadah yang pada umumnya dijalankan atas perintah Allah SWT (Sucipto, 2013).

Hilman Latief selaku Dirjen Penyelenggara Haji dan Umroh (PHU) Kemenag telah mencatat bahwa jumlah jemaah umroh Indonesia dari bulan

Januari - Agustus 2023 sebanyak 808.301 jemaah (H. Setiawan, 2023). Angka tersebut tentunya sewaktu-waktu dapat mengalami peningkatan di kemudian hari atas sejumlah permintaan maupun keinginan calon jemaah yang akan melaksanakan ibadah umroh itu sendiri. Permintaan dan keinginan tersebut juga tentunya membutuhkan dukungan pemerintah maupun pelaku yang berkompeten dalam kegiatan ini, terkhusus biro perjalanan umroh.

Biro perjalanan umroh merupakan bagian dari perusahaan yang bergerak di industri perjalanan. Pada umumnya ketika perjalanan wisata biasa akan ditangani oleh biro perjalanan wisata (BPW) atau agen perjalanan wisata (APW) sedangkan untuk perjalanan yang sifatnya religi terkait umat Islam akan ditangani oleh biro perjalanan umroh. Biro perjalanan umroh adalah sebuah perusahaan yang menangani segala sesuatu yang berkaitan dengan perjalanan ibadah umroh, baik dari perencanaan hingga pelaksanaannya (Arifin *et al.*, 2020). Dengan banyaknya biro perjalanan maupun travel umroh, tentunya calon jemaah dapat selektif dalam memilih biro perjalanan yang akan digunakan selama ibadahnya berlangsung. Kegunaan biro perjalanan umroh sendiri didasari oleh kesiapan perusahaan dalam memberikan kebutuhan jemaah akan fasilitas, keamanan dan kenyamanannya saat melaksanakan ibadah umroh itu berlangsung. Keamanan dan kebutuhan tersebut pada umumnya seperti fasilitas manasik, pembimbing, penginapan, transportasi dan kebutuhan sehari-hari (Lisnawati, 2023).

Kebutuhan akan fasilitas yang diberikan oleh biro perjalanan umroh tersebut tentunya tidak terlepas pula dari harga yang ditawarkan oleh perusahaan kepada para jemaah. Menurut Tjiptono (2019) harga ialah

representasi nilai berbentuk uang atau materi lainnya yang digunakan sebagai imbalan untuk memperoleh atau memanfaatkan produk maupun jasa. Dengan harga yang terjangkau tentunya dapat menarik banyak calon jemaah terhadap keputusan pembelian konsumen di mana calon jemaah selektif dalam memilih dan memutuskan travel umroh mana yang akan digunakan dalam menjalankan ibadah umrohnya.

Menurut Kotler & Keller (2016) keputusan pembelian adalah komponen penting dari perilaku konsumen yang melibatkan penelitian tentang bagaimana kelompok, organisasi, atau individu memilih, membeli, dan menggunakan ide, jasa, produk serta pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan konsumen dalam membeli suatu produk tentunya tidak terlepas dari sebuah jaminan akan terpenuhinya keinginan maupun kebutuhan seorang konsumen. Oleh karena itu, sebuah perusahaan perlu memperhatikan kembali harga yang diberikan kepada konsumen untuk menarik konsumen dalam memutuskan pembeliannya.

PT Megacitra Intinamandiri merupakan salah satu biro perjalanan umroh yang menyediakan pelayanan jasa atau penyelenggara ibadah haji dan umroh di Kota Bandung. Untuk meyakinkan para konsumen, PT Megacitra Intinamandiri telah terakreditasi oleh Kementerian Agama (Kemenag) tahun 2017 dengan Nomor SK U.82 Tahun 2021. Selain itu, PT Megacitra Intinamandiri telah mempunyai berbagai macam produk Umroh dengan harga yang tidak jauh beda dengan travel lainnya dalam menarik perhatian konsumen untuk menggunakan jasa mereka.

Menurut Direktorat Bina Umroh dan Haji Khusus Kementerian Agama Republik Indonesia (2024) terdapat 2.604 biro perjalanan umroh di Indonesia dan terdapat 77 biro perjalanan umroh di kota Bandung yang beroperasi. Dari banyaknya perusahaan biro perjalanan umroh yang ada di Kota Bandung, Penulis mengambil tiga perusahaan biro perjalanan umroh yang memiliki produk yang setara dengan keberangkatan yang sama di bulan Januari 2024 sebagai perbandingan harga.

**TABEL 1**  
**PERBANDINGAN HARGA PAKET UMROH**

Nama Perusahaan	Jenis Paket	Harga	Fasilitas
PT Madinah Iman Wisata	Reguler 9 Day	Rp. 38.400.000	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hotel *5 Mekah (Marwa Rotana Zamzam)</li> <li>Hotel *5 Madinah (Emaar Royal)</li> <li>2. Transportasi (Tiket pesawat Garuda, kereta cepat, bus)</li> <li>3. Citytour Taif &amp; Cable Car.</li> <li>4. Makan, Minum Full Board</li> <li>5. Asuransi Perjalanan</li> <li>6. Visa Umroh</li> <li>7. Bagasi 30kg</li> <li>8. Air Zamzam 5 L (bila diizinkan)</li> <li>9. Manasik Umroh</li> <li>10. Lounge Umroh Bandara</li> <li>11. Handling Jakarta &amp; Saudi.</li> <li>12. Mutawif</li> </ol>
PT Qiblat Tour Islami	Reguler 9 Day	Rp. 38.794.500	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hotel *5 Mekah (Dorrah Al Eiman/Swissotel)</li> <li>Hotel *5 Madinah (Al-Aqeeq/Rawdha Royal Inn)</li> <li>2. Transportasi (Tiket pesawat Garuda, kereta cepat, bus)</li> <li>3. Visa Umroh</li> <li>4. Makan Full Board</li> <li>5. Tour Leader</li> <li>6. Asuransi perjalanan</li> </ol>

**TABEL 1**  
**PERBANDINGAN HARGA PAKET UMROH**  
**(Lanjutan)**

Nama Perusahaan	Jenis Paket	Harga	Fasilitas
			7. Air Zamzam 5 L (bila diizinkan) 8. Program Umroh 9. Mutawif 10. Ziarah Mekah, Madinah, Jeddah 11. Handling Airport & Bagasi
PT Megacitra Intinamandiri	Reguler 9 Day	Rp. 41.500.000	1. Hotel *5 Mekah (Mekah Hotel) Hotel *5 Madinah (Anwar Al Madinah Movenpick) 2. Transportasi (Tiket pesawat Garuda, kereta cepat, bus) 3. Visa Umroh 4. Makan, Minum Full Board 5. Tour Leader 6. Air Zamzam 5 L (bila diizinkan) 7. Manasik Umroh 8. Muttawif 9. Ziarah & City Tour (Madinah & Mekah)

Sumber: PT Madinah Iman Wisata, PT Armada Safari Suci, dan PT Megacitra Intinamandiri

Berdasarkan tabel setiap perusahaan memiliki harga yang berbeda dengan jenis paket yang sama dan fasilitas yang sama untuk ditawarkan kepada konsumen. Dari perbedaan harga tersebut konsumen dapat memilih dan menentukan perusahaan mana yang akan digunakan untuk menunjang aktivitas ibadah umrohnya. Selain itu, perbedaan harga tersebut akan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian paket ibadah umroh perusahaan, terkhususnya di PT Megacitra Intinamandiri.

Berdasarkan data yang didapatkan penulis, terdapat perkembangan calon jemaah yang telah menggunakan jasa PT Megacitra Intinamandiri pada tahun 2019 - 2023:

**TABEL 2**  
**DATA JUMLAH JEMAAH IBADAH UMROH**  
**PT MEGACITRA INTINAMANDIRI**  
**TAHUN 2019-2023**

Tahun	Jumlah Jemaah Ibadah Umroh
2019	1034
2022	685
2023	490

Sumber: PT Megacitra Intinamandiri, 2024

Berdasarkan data jemaah dapat kita ketahui bahwa PT Megacitra Intinamandiri mengalami penurunan jumlah jemaah di setiap tahunnya di mana fenomena tersebut apakah disebabkan oleh harga yang diterapkan oleh perusahaan sehingga dapat memengaruhi eksistensi perusahaan PT Megacitra Intinamandiri.

Berdasarkan pemaparan informasi, dengan ini penulis tertarik untuk menjadikan PT Megacitra Intinamandiri sebagai lokasi penelitian dengan judul “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh di PT Megacitra Intinamandiri”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana harga paket umroh di PT Megacitra Intinamandiri?
2. Bagaimana keputusan pembelian paket umroh di PT Megacitra Intinamandiri?

3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian paket umroh di PT Megacitra Intinamandiri?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis harga paket umroh di PT Megacitra Intinamandiri.
2. Menganalisis keputusan pembelian konsumen di PT Megacitra Intinamandiri.
3. Menganalisis seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian paket umroh di PT Megacitra Intinamandiri.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berarti bagi para pembaca sesuai dengan tujuan penelitian. Berikut beberapa manfaat penelitian ini:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini dapat bermanfaat serta meningkatkan pemahaman dan wawasan lebih luas mengenai harga serta keputusan pembelian.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### **a. Bagi Pihak PT Megacitra Intinamandiri**

Dalam penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan terkait harga paket umroh PT Megacitra Intinamandiri.

b. Bagi Pihak Lain

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi, pertimbangan dan juga penilaian dalam melakukan penelitian berikutnya.

c. Bagi Penulis

Dalam penelitian ini penulis dapat mengimplementasikan ilmu pengetahuan terkait harga serta keputusan pembelian.