

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia, yang mayoritas penduduknya beragama Islam dan memiliki populasi sekitar 241,7 juta orang, telah mendorong munculnya berbagai pilihan wisata halal yang semakin diminati oleh masyarakat.

Dengan tingginya minat wisatawan Indonesia untuk bepergian ke luar negeri, banyak umat muslim yang ingin memastikan bahwa mereka dapat menikmati makanan halal dan melaksanakan salat tepat waktu, bahkan saat berlibur di luar negeri. Oleh karena itu, agen wisata berusaha menyediakan paket-paket yang dapat diandalkan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Data dari Badan Pusat Statistik Wisatawan Nasional (Badan Pusat Statistik (BPS), 2025) Dalam konteks pariwisata, (Pasal 1 ayat 1 UU no 10 Tahun 2009) tentang kepariwisataan mendefinisikan wisata sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan diri, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Religi, dalam konteks bahasa Indonesia, diartikan sebagai prinsip kepercayaan kepada Tuhan yang dilengkapi dengan aturan-aturan syariat tertentu. Istilah "*religi*" berasal dari bahasa Sanskerta yang berarti tidak kacau, dan memiliki makna yang sejalan dengan kata "*Religion*" (Bahasa Inggris), "*Religie*" (Bahasa Belanda), serta "*Religio*" (Bahasa Latin), yang berarti mengamati berkumpul atau bersama, mengambil, dan menghitung. Dalam hal ini, agama juga sepadan dengan "*Ad-Din*" (Bahasa Arab) yang mencakup cara, adat kebiasaan, peraturan, undang-undang, serta ketaatan kepada Tuhan,

termasuk dalam hal pembalasan, perhitungan, hari kiamat, dan nasihat (Harun Nasution dalam Anwar, Mukhammad, 2019)

Wisata religi adalah jenis wisata yang termasuk dalam kategori wisata minat khusus. Wisata minat khusus menekankan pada ketertarikan yang sangat spesifik dari wisatawan. Ketertarikan ini bisa berupa hobi atau kesenangan tertentu yang terwujud dalam bentuk perjalanan wisata. (Rustini et al, 2022). Beberapa kegiatan wisata tertentu dapat dikategorikan ke dalam wisata minat khusus, seperti wisata pendidikan (*educational travel/tourism*), wisata seni dan peninggalan sejarah (*art and heritage tourism*), serta wisata etnik (*ethnic tourism*).

Dengan demikian, kombinasi antara populasi Muslim yang besar, minat terhadap wisata halal, dan pengembangan wisata religi menciptakan peluang yang signifikan bagi industri pariwisata di Indonesia, terutama dalam memenuhi kebutuhan pelancong yang ingin menjalankan ibadah dan menikmati pengalaman wisata yang sesuai dengan keyakinan mereka. Wisata religi merupakan wisata yang lebih mengedepankan ketenangan batin, tempatnya juga biasanya berupa tempat yang memiliki sejarah ataupun tempat yang berhubungan dengan agama Islam, beberapa contoh dari wisata religi misalnya ibadah haji dan umroh, ziarah wali, wisata masjid dan sejenisnya (Rahmawati dkk, 2024). Kegiatan ini didefinisikan sebagai perjalanan ke tempat-tempat yang memiliki makna khusus bagi penganut agama tertentu.

Asal mula wisata religi ini dapat ditelusuri dari pelaksanaan haji ke Makkah, yang merupakan salah satu rukun Islam. Setiap tahun, jutaan Muslim dari berbagai belahan dunia pergi ke Makkah untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah, yang merupakan bentuk pengabdian dan pencarian spiritual. Selain Makkah, terdapat juga lokasi-lokasi suci lainnya seperti Madinah, tempat di mana Nabi Muhammad SAW dimakamkan, serta berbagai situs bersejarah

yang berkaitan dengan kehidupan beliau dan perkembangan awal Islam. Seiring berjalannya waktu, perjalanan ke lokasi-lokasi ini tidak hanya dianggap sebagai kewajiban ibadah, tetapi juga sebagai bentuk wisata religi. Saat ini, wisata religi Islam mencakup kunjungan ke berbagai situs bersejarah, masjid, dan tempat-tempat yang memiliki makna spiritual bagi umat Muslim di seluruh dunia.

Salah satu contoh wisata religi yaitu umroh. Umroh adalah suatu ibadah yang sangat dianjurkan dalam Islam, memberikan kesempatan bagi umat muslim untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Ibadah ini dapat dilakukan kapan saja, berbeda dengan haji yang terikat waktu. Dengan meningkatnya kesadaran spiritual di masyarakat, kebutuhan akan layanan perjalanan umroh semakin tinggi (Hasyim, 2020)

Gambar 1. 1

Grafik Jemaah Umroh Indonesia



Sumber : Kementerian Agama Republik Indonesia, 2025

Data yang di ambil dari Kementerian Agama Republik Indonesia menunjukkan bahwa jumlah jemaah umroh dari Indonesia terus meningkat. Pada tahun 2024, lebih dari 1 juta 4 ratus jemaah berangkat umroh,

menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam industri ini. Hal ini menciptakan kompetisi di antara agen travel untuk menawarkan layanan terbaik dan menarik lebih banyak pelanggan (Kementrian Agama Republik Indonesia, 2024)

Ahmad Rofi Usmani menyebutkan Macam-macam umrah terbagi menjadi 2 yaitu umrah wajib dan umrah sunnah umrah wajib adalah umrah yang berkaitan dengan pelaksanaan ibadah haji, sedangkan umrah sunah adalah umrah yang dilakukan dalam rangkaian pelaksanaan ibadah haji dengan kata lain umrah ini berdiri sendiri dan dapat dilakukan kapan saja (Diana Safitri, 2021).

Di Indonesia terdapat berbagai jenis umroh menurut Lembaga Sertifikasi Umrah & Haji Khusus Umroh Reguler (LSUHK, 2024), sebagai berikut :

1. Umroh Sunnah

Umroh Sunnah adalah umroh yang paling sering dilakukan oleh umat Islam. Seperti namanya, umroh ini tidak wajib, namun sangat dianjurkan (sunnah). Umroh sunnah bisa dilakukan kapan saja sepanjang tahun, kecuali pada waktu-waktu yang dilarang, seperti pada hari-hari haji (Dzulhijjah). Umroh Keluarga

2. Umroh Mufradah

Umroh Mufradah adalah umroh yang dilakukan secara terpisah dari haji. Umroh ini bisa dilakukan kapan saja sepanjang tahun, baik sebelum atau sesudah musim haji. Perbedaannya dengan umroh sunnah terletak pada waktu dan niatnya. Umroh mufradah bisa dilakukan sebagai ibadah mandiri, tanpa kaitan dengan ibadah haji. Umroh Syiar.

3. Umroh Qiran

Umroh Qiran adalah jenis umroh yang dilakukan bersamaan dengan ibadah haji. Pada umroh ini, jamaah berniat untuk melakukan umroh sekaligus haji dalam satu rangkaian ibadah. Umroh Qiran lebih banyak dilakukan oleh jamaah haji yang ingin menambah pahala dengan melaksanakan kedua ibadah sekaligus.

Persaingan antara travel umroh dan haji semakin ketat seiring dengan meningkatnya jumlah jamaah dan banyaknya agen yang menawarkan layanan. Dalam menghadapi tantangan ini, agen travel perlu menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan inovatif, seperti diferensiasi produk dan peningkatan layanan pelanggan, untuk tetap bersaing dan menciptakan peluang menarik lebih banyak jamaah. Oleh karena itu, penting bagi agen travel untuk mengembangkan strategi pemasaran yang mampu menarik perhatian calon jamaah dengan cara yang menarik dan informatif.

Kualitas produk yang ditawarkan menjadi faktor utama dalam menarik jamaah, sehingga agen travel harus memastikan bahwa mereka menyediakan paket berkualitas tinggi, termasuk akomodasi yang nyaman, transportasi yang efisien, dan layanan pendampingan yang profesional. Menurut Kotler dan Keller (2016:37) kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut (Azizah, 2022).

Menurut (Ernawati, 2019) bahwa kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin baik kualitas produk tersebut maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut (Azizah, 2022).

Penilaian terhadap kualitas produk sering kali dilakukan melalui ulasan dan testimoni dari jamaah sebelumnya, yang dapat sangat mempengaruhi keputusan calon jamaah. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, menjaga konsistensi kualitas produk menjadi tantangan tersendiri, karena beberapa agen mungkin mengorbankan kualitas demi menawarkan harga yang lebih rendah, yang pada akhirnya dapat merugikan reputasi industri secara keseluruhan. Oleh karena itu, penting bagi agen untuk tetap fokus pada kualitas dan layanan demi kepuasan jamaah, sehingga dapat membangun kepercayaan dan loyalitas di antara calon jamaah.

(Kotler, 1997), elemen produk terbagi dalam beberapa tingkatan, yaitu core benefit, basic product, expected product, dan potential product. Hal ini sejalan dengan pendapat (Bodlender dkk, 1991), yang menyatakan bahwa kualitas produk wisata adalah persepsi terhadap daya tarik wisata serta harapan atas kepuasan yang akan diperoleh dari atraksi wisata tersebut, yang berakumulasi menjadi kekuatan besar untuk mendorong seseorang dalam menentukan pilihan destinasi wisata yang akan dikunjungi.

Dalam hal ini, ESQ Tour and Travel muncul sebagai salah satu penyelenggara umroh terpercaya di Indonesia, yang telah berdiri sejak tahun 2005. Berlokasi di MENARA 165 Lobby Office Jl. TB. Simatupang Kav. I, Cilandak Timur, Jakarta Selatan, mereka menawarkan berbagai jenis paket umroh, termasuk umroh reguler, umroh plus, dan umroh VIP, yang dirancang untuk memberikan kenyamanan dan pengalaman spiritual yang mendalam

bagi jamaah. Produk unggulan mereka, yaitu paket umroh plus, menggabungkan ibadah dengan wisata ke lokasi-lokasi bersejarah, sehingga memberikan nilai tambah bagi jamaah.

ESQ Tour and Travel menawarkan paket umroh yang bervariasi, termasuk paket umroh reguler yang mencakup layanan dasar seperti manasik dan perlengkapan ibadah, serta paket umroh plus yang dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan anggaran jamaah. Dengan pendekatan yang berfokus pada kualitas dan pengalaman, ESQ Tour and Travel berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik bagi setiap jamaah yang mempercayakan perjalanan spiritual mereka kepada mereka. ESQ Tour and Travel menyediakan berbagai jenis paket umroh yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan jamaah, antara lain:

1. Paket Umroh Reguler: Menawarkan layanan dasar seperti akomodasi, tiket pesawat, dan makan selama perjalanan. Paket ini cocok untuk jamaah yang ingin fokus pada ibadah tanpa tambahan wisata.
2. Paket Umroh Full-Service: Menyediakan layanan lengkap termasuk manasik, perlengkapan ibadah, dan transportasi di tanah suci. Paket ini memberikan kenyamanan lebih bagi jamaah.
3. Paket Umroh Free and Easy: Memberikan fleksibilitas bagi jamaah untuk mengatur jadwal dan kegiatan mereka sendiri di Makkah dan Madinah, cocok untuk yang ingin menjelajahi lebih banyak.
4. Paket Umroh Plus: Menggabungkan ibadah dengan wisata ke tempat-tempat bersejarah, memberikan pengalaman yang lebih kaya bagi jamaah.

ESQ Tour and Travel menawarkan berbagai paket umroh yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan jamaah, termasuk paket Umroh Plus Turki. Paket ini mencakup perjalanan ibadah ke Makkah dan Madinah, serta kunjungan ke Turki, memberikan pengalaman spiritual dan wisata yang lengkap.

Tabel 1. 1

Data Tahunan Umroh Plus di ESQ Tour and Travel

Jenis Paket	2022	2023	2024	Total
Turki	0	70	41	111
Dubai	20	18	4	42
Aqsa	23	43	0	66
Cairo	0	0	0	0

Sumber : ESQ Tour and Travel, 2025

Berdasarkan data yang tersedia, tercatat bahwa total sebanyak 219 orang telah membeli paket umroh dari berbagai destinasi yang ditawarkan, dengan paket Turki menjadi pilihan paling populer di antara para jamaah, yaitu sebanyak 111 pax yang memilih paket ini, diikuti oleh paket Aqsa dengan 66 pax, paket Dubai sebanyak 42 pax, dan paket Cairo yang hingga kini belum ada peminat. Alasan utama mengapa paket umroh yang dikombinasikan dengan perjalanan ke Turki ini mendapatkan minat terbesar kemungkinan besar karena paket tersebut tidak hanya menawarkan kesempatan beribadah umroh yang sakral, tetapi juga memberikan pengalaman wisata yang kaya dan beragam di negara Turki yang penuh dengan nilai sejarah, budaya, serta keindahan alam yang menakjubkan, sehingga paket ini dianggap sebagai pilihan yang memberikan nilai lebih dan kepuasan lebih bagi para jamaah dibandingkan paket lainnya yang hanya berfokus pada lokasi ibadah semata.

Dengan demikian, perpaduan yang harmonis antara aspek spiritual dan wisata tersebut menjadikan paket umroh + Turki sebagai paket favorit yang mampu menarik minat jamaah secara signifikan.

Penelitian ini penting untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pilihan paket umroh yang tersedia serta membantu jamaah dalam membuat keputusan yang tepat berdasarkan kebutuhan dan preferensi mereka, sehingga dengan informasi yang jelas dan terperinci, jamaah dapat merencanakan perjalanan ibadah yang tidak hanya memenuhi aspek spiritual tetapi juga memberikan pengalaman yang berkesan. (Garvin, D. A. 1987) menekankan bahwa perusahaan harus memahami dan mengelola dimensi-dimensi kualitas ini untuk bersaing secara efektif di pasar, karena kualitas produk yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga dapat menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan, sehingga dengan fokus pada kualitas, perusahaan dapat membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar.

Menurut (Poerwanto, 2004) kualitas produk memiliki 7 dimensi yaitu : atraksi, informasi, fasilitas umum, sumber daya manusia, pelayanan, kebersihan dan aksesibilitas. Teori ini dipilih karena relevansinya yang tinggi dengan konteks penelitian yang sedang dilakukan. Teori ini memberikan kerangka kerja yang kuat untuk menganalisis fenomena yang ingin diteliti.

B. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah studi menurut teori (Poerwanto, 2004) yang dapat diajukan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana dimensi atraksi dari produk umroh plus Turki di ESQ Tour and travel?
2. Bagaimana dimensi Informasi dari produk umroh plus Turki di ESQ Tour and travel?
3. Bagaimana dimensi fasilitas umum dari produk umroh plus Turki di ESQ Tour and travel?
4. Bagaimana dimensi sumber daya manusia dari produk umroh plus Turki di ESQ Tour and travel?
5. Bagaimana dimensi pelayanan dari produk umroh plus Turki di ESQ Tour and travel?
6. Bagaimana dimensi kebersihan dari produk umroh plus Turki di ESQ Tour and travel?
7. Bagaimana dimensi aksesibilitas dari produk umroh plus Turki di ESQ Tour and travel?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kualitas produk umroh plus Turki yang disediakan oleh ESQ Tours and Travel Jakarta bagi peserta tour, dengan penekanan pada faktor-faktor kualitas produk serta untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dari layanan yang diberikan guna meningkatkan kualitas dan daya saing produk tersebut di pasar.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis :

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi yang berguna bagi peneliti dan akademisi yang tertarik pada studi kualitas produk, khususnya dalam konteks layanan umroh. Hasil penelitian dapat membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang ini. Penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan teori dan konsep dalam bidang manajemen, pemasaran, dan kualitas produk, khususnya dalam konteks layanan umroh.

2. Manfaat Praktis :

Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang kualitas produk umroh yang ditawarkan oleh ESQ Tours and Travel.

Penelitian ini dapat membantu pelanggan dalam memilih agen travel umroh yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka. Informasi yang dihasilkan dapat memberikan panduan bagi jamaah dalam membuat keputusan yang lebih baik.