

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan pada zaman saat ini persaingan di dunia bisnis semakin kompetitif hal ini ditandai dengan banyaknya perusahaan baru bermunculan yang bergerak dalam jenis usaha yang sama. Para perusahaan ini saling berlomba-lomba dalam menguasai pasar agar para konsumen membeli produk atau jasa yang mereka tawarkan dan berusaha mempertahankan atau menjaga pelanggannya agar tidak berpaling ke produk atau jasa yang sama dari perusahaan lain. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan sebuah usaha. Tidak hanya dalam bisnis perbankan atau lembaga keuangan pelanggan syariah saja tetapi mencakup beberapa bidang usaha termasuk travel umroh dan haji. Cara berfikir pelanggan yang berwawasan menuntut perusahaan merumuskan kebutuhan pelanggan dari sudut pandang pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah tingkat dari bentuk barang dan jasa dengan harapan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan diciptakan atas dasar dua kaitan utama, yaitu tanggapan pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan. Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas, dan sebaliknya¹. Kepuasan pelanggan dapat dikatakan tercapai dengan adanya kualitas yang mengutamakan harapan dan keinginan pelanggan

¹. Yusnani, Endang Sutrisna JOM FISIP Vol. 5

daru adanya ketetapan penyampaian yang dapat mengimbangi harapan pelanggan².

Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kenyataan dan harapan kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah. Kualitas produk merupakan faktor penentu utama kepuasan kepada konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian suatu produk. Schiffman dan Kanuk, kualitas produk merupakan salah satu kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri khas tersendiri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk dari perusahaan tersebut³. Berkualitasnya suatu produk yang baik maka harapan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan tercapai. Perusahaan memiliki banyak cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen, contohnya dengan memperhatikan kualitas pelayanan dan faktor harga. Dengan berkualitasnya suatu produk dan berkualitasnya pelayanan yang baik dan didukung dengan kebijakan yang baik penetapan harga yang mampu bersaing (kompetitif) tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen. Menurut Philip Kotler Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang konsumen yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap hasil suatu produk dengan harapannya⁴.

Pelayanan atau penyedia jasa harus selalu berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen disaat persaingan antar pelayanan haji dan umroh semakin ketat dengan menawarkan berbagai jenis produknya. Namun dengan adanya berbagai tawaran ini dapat memberikan dampak berupa konsumen memiliki banyak pilihan dan kekuatan persaingan pasar pelayanan haji dan umroh semakin besar sehingga perusahaan harus senantiasa berorientasi pada

² Ariantonar R. Lerbin 2009. Perilaku Konsumen.

³ Schiffman dan Kanuk (2007) PT. Indeks Group Gramedia.

⁴ Jurnal ekonomi vol. 7 nomor 2 november 2016

kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi untuk dapat memenangkan persaingannya.

Pelanggan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari karyawan dan karyawan perusahaan. Kenyamanan dan efisiensi dalam mendapatkan suatu produk atau jasa serta kemudahan mendapatkan produk jasa memberikan nilai tersendiri bagi kepuasan pelanggan. Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor harga. Selain dilihat dari kualitas suatu produk, faktor harga juga menjadi hal penting yang diperhatikan konsumen. Harga mempengaruhi gambar dan posisi. Dalam memasarkan jasa suatu perusahaan yang mengutamakan citra kualitas, harga merupakan elemen penting. Harga tinggi dianggap mencerminkan kualitas tinggi dan sebaliknya.

Setelah mengembangkan struktur dan strategi penetapan harga, perusahaan seringkali menghadapi situasi di mana mereka harus melakukan perubahan harga atau menanggapi perubahan harga oleh pesaing⁵. Menurut Lupiyoadi menyatakan bahwa strategi penetapan harga (pricing) sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk membeli⁶. Sedangkan menurut Bandeng Juwana Erlina Semarang, harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk dan jasanya.

Fenomena di lapangan menunjukkan tingginya permintaan dari pelanggan tidak diimbangi dengan kinerja layanan yang diberikan, seperti perhatian untuk menjaga kualitas layanan, keluhan pelanggan, dan kurangnya manajemen dalam mengelola usahanya dengan baik. Sehingga kepercayaan konsumen terhadap perusahaan menurun. Reputasi perusahaan juga akan mengalami

⁵ Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi, Konsep, Perencanaan Strategis untuk menghadapi Abad 21, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama) , hlm. 49

⁶ Lupiyoadi (2001).

masalah jika perusahaan tidak dapat memberikan pelayanan yang baik, misalnya kurang tanggapnya petugas dan pemandu wisata saat umroh kepada konsumen, kualitas bus yang digunakan misalnya mengalami keterlambatan atau AC tidak dingin makanan yang kurang variasi menyanya sehingga membosankan bagi jamaah haji dan lain sebagainya yang jika tidak diperhatikan akan membuat jamaah mengalihkan perjalanannya ke wisata lain.⁷ Keluhan konsumen merupakan suatu bentuk aspirasi konsumen yang terjadi karena ketidakpuasan terhadap suatu barang atau jasa.

Besarnya jumlah umat Islam di Indonesia berdampak pada jumlah jamaah haji yang sangat tinggi. Tahun demi tahun, antrian haji reguler semakin panjang. Mengingat panjangnya daftar tunggu haji, umat Islam Indonesia memilih menunaikan umrah terlebih dahulu. Ini merupakan peluang bisnis yang sangat besar dalam pelayanan umroh. Namun, tingginya permintaan layanan umroh seringkali dimanfaatkan oleh pihak penyelenggara perjalanan umroh yang tidak bertanggung jawab. Sehingga berdampak pada organisasi atau biro perjalanan haji dan umroh yang membuat pengunjung sepi karena beberapa unsur perjalanan haji dan umroh menipu jamaah atau jamaah umrohnya yang tidak berangkat ke arab saudi.

Biro perjalanan umrah PT Arminareka Perdana Sampit merupakan salah satu biro perjalanan umrah yang baru saja memberikan pelayanan pelaksanaan umrah yang amanah dengan standar pemasaran yang ditetapkan oleh perusahaan. PT Arminareka Perdana Sampit tidak hanya melayani perjalanan ibadah umrah, tapi juga siap memandu berwisata kemanapun yang konsumen inginkan, baik domestik maupun internasional. Paket umroh PT Arminareka Perdana Sampit menyediakan berbagai paket Umroh 9 sampai dengan 30 hari dengan biaya umroh yang sangat terjangkau. Penerbangan langsung kejedah

⁷ Kotler, P., & Keller, K. L. (1992). *Perilaku Konsumen*. PT Midas Surya Grafindo, Jakarta.

“Tanpa Transit” dari kota Jakarta, Surabaya, Banjarmasin, Medan, dan Makassar dengan maskapai pesawat terbaik di dunia diantaranya Garuda Indonesia, Emirates Airline, Saudi Arabian Airlines, Lion Air, Turkish Airlines, Egypt Air, dan Flynas.⁸

Travel Arminareka Perdana adalah Perusahaan Jasa Travel Paket Umroh dan Haji Plus dengan jam terbang lebih dari 30 tahun sejak 9 Februari 1990. Resmi terdaftar di AMPHURI dan Kementerian Agama RI. Penghargaan dan prestasi yang didapatkan, Rekor MURI 2017 Peserta Muhasabah Terbanyak dan Perusahaan Terbesar No.1 di Indonesia yang memberangkatkan Jamaah Terbanyak Umroh dan Haji Plus sejak tahun 2009 s.d. 2019 sesuai data Net Sales Garuda Indonesia Airlines. PT Arminareka Perdana Sampit beralamat di Jl. Kelapa Sawit No. 92 Sampit Kel. Mentawa Baru Hulu, Ketapang, Kec, Kabupaten Kotawaringin Timur, Kalimantan Tengah⁹.

Hal yang penulis tertarik untuk membahas Travel PT Arminareka Perdana Sampit ini yaitu, perusahaan ini merupakan cabang dari Jl. Salemba Raya No.5 Jakarta Pusat ini meski pun harga Haji plus atau Umroh cukup mahal, tetapi banyak sekali peminat yang mendaftar di Travel Arminareka Perdana ini. Total data yang penulis dapat dari PT Arminareka Perdana Sampit pada tahun 2018 lalu jamaah umroh yang mendaftar sekitar 300 orang dan jamaah haji plus sebanyak 134 orang yang mendaftar di PT Arminareka Perdana Sampit. Hal ini menjadi bukti bahwa harga yang relatif murah bisa menarik perhatian para masyarakat untuk mendaftar di PT Arminareka Perdana ini. Meski relatif mahal tetapi kualitas dan pelayanan terhadap konsumen sangat memuaskan pelanggan¹⁰.

⁸ <https://www.arminarekaperdana.co.id/paket-umroh/>

⁹ <http://www.arminarekaperdana.com/>

¹⁰ Yayasan mualaf center Indonesia

Dalam hal ini penulis tertarik untuk mengetahui secara mendalam mengenai kualitas pelayanan dan harga jasa Travel Haji Umroh Arminareka apakah berpengaruh pada kepuasan jemaahnya/pelanggannya. Peneliti bermaksud untuk mengadakan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Travel Arminareka Umroh.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah ada pengaruh variabel independent Karyawan, Harga dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen?
2. Apakah ada pengaruh Karyawan terhadap kepuasan konsumen Travel Umroh Arminareka Sampit?
3. Apakah ada pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen Travel Haji Umroh Arminareka Sampit?
4. Apakah ada pengaruh Bukti Fisik terhadap kepuasan konsumen Travel Haji Umroh Arminareka Sampit?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Mengetahui bagaimana pengaruh variabel independent terhadap Kepuasan Konsumen
2. Mengetahui bagaimana pengaruh Karyawan terhadap kepuasan konsumen Travel Haji Umroh Arminareka?
3. Mengetahui bagaimana pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen Travel Haji Umroh Arminareka?
4. Mengetahui bagaimana pengaruh Bukti Fisik terhadap kepuasan konsumen Travel Haji Umroh Arminareka ?

D. KEGUNAAN PENELITIAN

1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi untuk mendalami ataupun lebih mempelajari keilmuan dibidang Jasa Travel khususnya Haji dan Umroh serta dapat dijadikan referensi dalam menulis karya-karya ilmiah.

2. Kegunaan praktis

Penelitian ini dapat digunakan untuk perusahaan-perusahaan jasa travel khususnya Haji dan Umroh agar dapat meningkatkan mutu dan sebagai bahan evaluasi kerja terhadap kualitas yang diberikan sehingga mampu memuaskan para pelanggan.

E. HIPOTESIS

Pada hipotesis penelitian yakni menentukan variable apa saja yang akan diuji. Pada penelitian ini terdapat 3 variabel yang akan peneliti uji yaitu:

Hipotesis 1: Karyawan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Travel Haji Umroh Arminareka

Hipotesis 2: Harga mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Travel Haji Umroh Arminareka

Hipotesis 3: Bukti fisik mempengaruhi keputusan pelanggan pada Travel Haji Umroh Arminareka

F. PENELITIAN TERDAHULU

Dalam penelitian ini untuk menghindari kesamaan, penulis menjabarkan beberapa peneliti yang ada relevansinya dengan judul diatas yaitu:

1. Skripsi Irena Trisna Wijayanti Tahun 2015 dengan judul **“PENGARUH MINAT MASYARAKAT MEMILIH BIRO PERJALANAN UMROH DISAAT MARAKNYA KASUS PENIPUAN BERKEDEK UMROH”**
Skripsi ini membahas tentang pengaruh minat masyarakat memilih biro

travel haji umroh disaat banyaknya penipuan terhadap perjalanan umroh perbedaannya dengan penulis yaitu, penulis ingin mencari tau kualitas, harga dan kepercayaan terhadap satu biro travel haji umroh di Sampit Provinsi Kalimantan Tengah.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Bab I, Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Peneliti, Hipotesis dan Penelitian Terdahulu.

Bab II, Manajemen Pemasaran, Prilaku Konsumen, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Harga, Haji dan Umroh dan Kepercayaan.

Bab III, Jenis Penelitian, Subyek/Populasi dan Sampel Data, Instrumen Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data

Bab IV, Gambar Lokasi Penelitian, Hasil Penelitian, Pembahasan dan Analisis Data

Bab V, Kesimpulan dan Rekomendasi