

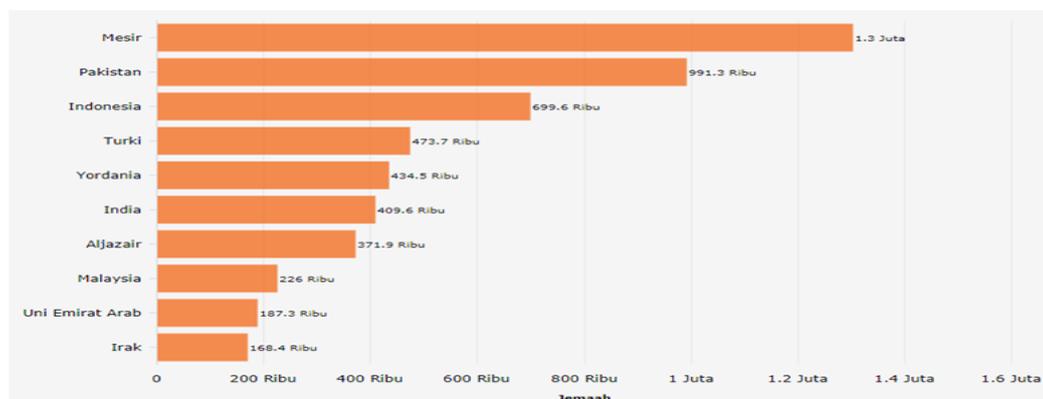
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Pemilihan Judul

Indonesia merupakan Negara yang berpenduduk mayoritas menganut agama Islam terbesar di dunia, dengan persentasi 88% dari jumlah penduduk beragama Islam. Seiring dengan hal tersebut, kepariwisataan bernuansa islami telah berkembang dengan pesat di Indonesia untuk memenuhi kebutuhan wisata religi masyarakat Indonesia, wisata religi tersebut salah satunya adalah ibadah Umrah. Menurut data Kementerian Agama RI, biro perjalanan yang tercatat dan mendapat izin mencapai 906 perusahaan. Ibadah umrah menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat yang belum mempunyai kesempatan atau masih menjadi daftar tunggu (*waiting list*) untuk menunaikan ibadah haji, karena seperti yang kita ketahui untuk menunaikan ibadah haji kita harus menunggu waktu yang cukup lama sesuai dengan porsi keberangkatan yang telah ditentukan sebelumnya oleh Kementerian Agama.

Jamaah umrah Indonesia merupakan salah satu yang terbesar di dunia. Menurut Kementerian Haji dan Umrah Arab Saudi, jumlah visa umrah yang telah dikeluarkan untuk Indonesia pada 2016 mencapai 699,6 ribu jamaah, meningkat 7,2 persen dari tahun sebelumnya. Angka ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah jamaah umrah terbesar ketiga di dunia.



(Sumber: Kemenag RI, 2016)

data di atas menunjukkan bahwa semakin tinggi minat orang Indonesia yang melakukan perjalanan ibadah umrah. Terlihat dari grafik penduduk Indonesia yang beragama Islam (muslim) yang melakukan perjalanan wisata umrah lebih tinggi dari negara lain. Biro perjalananan umrah dianggap sebagai sektor bisnis yang masih memiliki pangsa pasar yang besar. Persaingan yang semakin ketat pada saat ini membuat para pebisnis biro umrah berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik, berkualitas, dan mampu menyenangkan serta memuaskan pelanggan. Penyelenggaraan umrah merupakan kegiatan yang beragam, melibatkan banyak orang, dilaksanakan dalam rentan waktu yang cukup panjang, dan banyak mengelola dana masyarakat, sehingga diperlukan kerjasama, koordinasi, serta pelayanan yang baik untuk mendukung kelancaran ibadah umrah tersebut. Namun, apabila biro perajalanan tersebut dijalankan tidak sesuai dengan peraturan yang berlaku dan terjadi penyelewengan di dalam, maka yang terjadi adalah terhambatnya atau yang paling parah adalah gagalnya masyarakat untuk pergi menunaikan ibadah umrah.

Hendaknya dalam memilih travel umrah tidak cukup modal kepercayaan tapi haruslah berhati-hati dan jeli terhadap riwayat kinerja dari travel umrah tersebut. Karena banyak travel umrah dan haji bermasalah yang menjanjikan dapat memberangkatkan calon jamaah dengan cepat dan biaya murah dibandingkan dengan travel lain yang sejenis (Masitah, 2015: 243).

Seperti yang telah kita ketahui bersama pada tahun 2017 kasus menggemparkan mengenai biro umrah yaitu kasus First Travel yang menyelewengkan dana masyarakat berkisar triliunan rupiah. Selain first travel masih banyak lagi biro jasa *tour* dan *travel* yang mengalami kasus serupa. Hal tersebut tentunya sangat merugikan bagi masyarakat yang telah bersusah payah mengumpulkan uang untuk dapat menunaikan ibadah umrah. Penyelenggaraan haji dan umrah akan berhasil apabila memiliki kualitas pelayanan yang baik. Kemampuan yang harus dimiliki dalam pengelolaan biro perjalanan haji dan umrah dengan menyediakan layanan kepada pelanggan, serta kemampuan untuk mengelola pengetahuan dan memahami keinginan

konsumen sehingga menciptakan nilai kepuasan bagi pelanggan. Program layanan jasa yang diberikan oleh biro perjalanan haruslah memiliki kualitas yang baik serta dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat.

Adanya pelayanan yang baik dapat mempengaruhi kepuasan masyarakat terhadap program pelayanan yang diberikan. Jika pelanggan merasa puas dari pelayanan yang diberikan maka akan menguntungkan bagi perusahaan tersebut, dan hal itu dapat menambah nilai dan citra tersendiri untuk perusahaan, selain itu persepsi masyarakat mengenai jasa biro tersebut menjadi baik dan positif. Intinya perusahaan harus dapat menanamkan kepercayaan, kejujuran, dan transparansi kepada masyarakat agar perusahaan biro tersebut dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama dan mendapat kepercayaan penuh dari pelanggan.

Namun pada kenyataannya banyak juga biro perjalanan yang melakukan penipuan terhadap calon jamaah. Hal tersebut membuat masyarakat menjadi was-was dalam menentukan biro perjalanan yang akan dipilih. Biro perjalanan yang baik adalah biro yang telah terdaftar pada kementerian agama, serta mempunyai surat-surat kepemilikan yang jelas yang telah disahkan oleh pemerintah Indonesia. Kebanyakan dari masyarakat kurang cermat dalam memilih biro perjalanan, mereka terkadang tidak mengecek terlebih dahulu apakah biro perjalanan tersebut sudah terdaftar atau belum di Departemen Agama. Seringkali masyarakat tergiur oleh fasilitas –fasilitas yang diberikan biro travel dengan harga yang sangat murah dibawah harga yang telah ditetapkan oleh pemerintah Indonesia untuk melakukan ibadah haji dan umrah.

Biro perjalanan Umrah PT. Karomah Bait Al- Ansor merupakan biro perjalanan umrah yang terletak di kota Baturaja yang telah ada selama 8 tahun, tepatnya berdiri pada tahun 2011 lalu. PT Karomah Bait Al- Ansor adalah salah satu biro perjalanan haji dan umrah khusus yang berusaha untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan terbaik untuk para pelanggan guna dapat

memberikan keamanan serta kenyamanan bagi para jamaah yang akan melakukan ibadah Umrah. Berikut ini tabel 1.1. menunjukkan data jumlah jamaah umrah dari tahun 2017-2019.

Tabel 1.1  
Jumlah jamaah umrah 2017-2019

Bulan	Tahun	Jumlah jamaah umrah
November	2017	280
Desember	2017	143
Januari	2018	169
Februari	2018	121
Maret	2018	153
April	2018	72
Mei	2018	87
Oktober	2018	97
November	2018	131
Desember	2018	143
Januari	2019	144
Februari	2019	140
Maret	2019	131

*Sumber: Diolah dari data primer tahun 2019*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah jamaah umrah PT Karomah Bait Al- Ansor mengalami naik-turun pada tiap bulan dalam kurun waktu 3 tahun terakhir, dari tahun 2017 s.d 2019. Naik- turunnya jamaah umrah dapat disebabkan oleh faktor kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian diatas membuat penulis tertarik untuk meneliti mengenai **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi kasus pada jamaah umrah PT Karomah Bait Al-Ansor Baturaja Sumsel)”** untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan jamaah umrah yang dilakukan Biro perjalanan tersebut.

## **1.2. Perumusan masalah**

Berdasarkan hasil pengamatan pada PT Karomah Bait Al- Ansor di Baturaja, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan dalam Kualitas Pelayanan Haji dan Umrah di PT Karomah Bait Al- Ansor Baturaja diantaranya adalah:

- a. Bagaimana kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan jamaah umrah di PT Karomah Bait Al- Ansor Baturaja?
- b. Dimensi kualitas pelayanan jasa manakah yang paling dominan terhadap kepuasan jamaah umrah di PT Karomah Bait Al- Ansor Baturaja?

## **1.3. Ruang Lingkup Pembahasan**

Untuk menghindari pembahasan yang menyimpang dari topik yang akan dibahas, maka penulis membatasi pembahasan ini hanya pada:

- a. Kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan jamaah umrah di PT Karomah Bait Al- Ansor Baturaja.
- b. Dimensi kualitas pelayanan jasa yang paling dominan terhadap kepuasan jamaah umrah di PT Karomah Bait Al- Ansor Baturaja.

## **1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk

- a. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan pada jamaah Umrah yang diberikan oleh PT Karomah Bait Al- Ansor Baturaja.
- b. Untuk mengetahui dimensi yang paling dominan dari kualitas pelayanan pada jamaah umrah di PT Karomah Bait Al- Ansor Baturaja.

### **1.4.2. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Manfaat Praktis**

Manfaat bagi Perusahaan:

1. Dapat mengetahui penilaian pelanggan mengenai analisis kualitas pelayanan pada PT Karomah Bait Al-Ansor Baturaja.
2. Sebagai bahan masukan bagi perusahaan mengenai apa saja hal yang harus ditingkatkan dan diperbaiki serta dipertahankan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Manfaat Bagi Peneliti:

1. Menambah pengetahuan peneliti mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umrah.
2. Untuk mengetahui dimensi apa yang paling dominan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umrah.

#### **b. Manfaat Teoritis**

1. Pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang ilmu manajemen pemasaran
2. Pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang ilmu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

## **1.5. Metodologi Penelitian**

### **1.5.1. Ruang Lingkup Penelitian**

Adapun Ruang lingkup penelitian dalam penulisan ini adalah PT Karomah Bait Al-Ansor yang beralamat di Jl. Garuda Lintas Sumatera, Kec. Baturaja Timur, Kabupaten Ogan Komering Ulu, Sumatera Selatan 32121

### 1.5.2. Jenis dan Sumber Data

Penulis dalam melakukan penelitian menggunakan data yang berkaitan dengan penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2016:376) “Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”.

#### a. Data primer

Data primer diperoleh penulis melalui observasi pada perusahaan yang ada pada PT Karomah Bait Al – Anzor Baturaja dan dari beberapa dokumentasi yang diambil langsung dari perusahaan, wawancara langsung dengan staf untuk mengetahui fenomena yang ada, serta hasil kuesioner dari responden yakni dari jamaah umrah PT Karomah Bait Al- Anzor Baturaja

#### b. Data Sekunder

Data sekunder ini diperoleh langsung dari PT Karomah Bait Al- Anzor Baturaja berupa data- data yang berkenaan dengan sejarah umum perusahaan, keadaan perusahaan, struktur organisasi, dan lainnya.

### 1.5.3. Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian laporan ini menggunakan metode sebagai berikut.

#### 1. Riset lapangan (*Field research*)

adalah kegiatan mengumpulkan dengan mengadakan penelitian secara langsung ke perusahaan. Cara pengumpulan data terdiri dari:

##### a. Pengamatan (Observasi)

Yaitu suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data atau informasi yang merupakan tingkah laku nonverbal dari responden dengan tujuan untuk memperoleh data yang dapat menjelaskan dan atau menjawab

permasalahan penelitian. Pada observasi ini penulis melakukan pengamatan dan mencatat secara langsung terhadap objek penelitian yaitu proses kualitas pelayanan haji dan umrah di PT Karomah Bait Al- Ansor.

b. Wawancara

Menurut Moleong (2006: 186) yang dikutip oleh Ibrahim (2018: 88) “wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, yang melibatkan dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu”.

Pada wawancara ini penulis mengadakan komunikasi langsung dan mengajukan beberapa pertanyaan ke beberapa pihak yang bersangkutan baik secara lisan dan mendengarkan langsung keterangan-keterangan atau informasi mengenai pelayanan yang ada di PT Karomah Bait Al- Ansor.

c. Kuesioner/ angket

Menurut Sudaryono (2018:207) “angket atau Kuesioner merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya-tanya dengan responden”. Dalam teknik ini peneliti membagikan kuesioner kepada responden terkait hal-hal yang berhubungan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jamaah umrah PT Karomah Bait Al- Ansor Baturaja.

d. Dokumentasi

yaitu pengumpulan data dengan cara menggunakan dokumen-dokumen atau bukti tertulis atau catatan-catatan tertulis perusahaan guna melengkapi penelitian ini. Dalam hal ini penulis mengumpulkan data-data yang telah tersimpan berupa catatan, buku, brosur, maupun agenda yang berada di PT Karomah Bait Al- Ansor.

## 2. Study Kepustakaan (*library research*)

yaitu metode yang dilakukan dengan jelas mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan masalah pemasaran, untuk membandingkan antara teori dan praktek yang terjadi pada PT Karomah Bait Al- Ansor.

### 1.5.4. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Menurut Sugiyono (2017: 135) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya”. Pada penelitian ini, yang menjadi populasi adalah keseluruhan jamaah umrah periode 2017 – 2019 dengan jumlah 1.811 orang.

#### b. Sampel

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut” (Sugiyono, 2017: 136). Sampel pada penelitian ini adalah sebagian dari populasi jumlah jamaah umrah di PT Karomah Bait Al- Ansor Baturaja.

Dalam menghitung sampel dari suatu populasi penulis menggunakan rumus Slovin yang dikutip oleh Umar (2014:78) yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persen kelonggaran ketidatelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir atau diinginkan (10% )

jumlah populasi sebagai dasar perhitungan yang digunakan adalah 1.811 orang, maka perhitungan sampelnya adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{1.811}{1 + 1811 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{1.811}{1 + 18,11}$$

$$n = \frac{1.811}{19,11}$$

$$n = 94.76 ( 95 \text{ Orang } ) \text{ responden}$$

### c. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling, yaitu “teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. (Sugiyono, 2017:138). Jenis yang digunakan adalah sampling insidental. “Sampling Insidental adalah teknik pengumpulan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang layak digunakan sebagai sumber data” (Sugiyono, 2017:143).

Peneliti menggunakan sampling insidental yaitu mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan yang menggunakan jasa umrah PT Karomah Bait Al-Ansor Baturaja dari tahun 2017-2019.

### 1.5.5. Teknik Analisis Data

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis menggunakan metode analisa data kualitatif dan kuantitatif.

#### 1. Metode Kualitatif

Menurut Sugiyono (2017: 7) “Data Kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar dan foto”. Namun karena dalam statistik semua data harus dalam bentuk angka, maka data kualitatif umumnya dikuantitatifkan dengan mengklasifikasikan dalam bentuk kategori.

Data kualitatif dalam penelitian ini didapat berdasarkan hasil jawaban responden yang ada pada kuesioner. Hasil jawaban responden tersebut kemudian diukur dengan skala pengukuran likert.

Menurut Sudaryono (2018:190) “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial.

Tabel 1.2. Skala Likert

<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber: Sudaryono (2018:191)*

Sedangkan unuk mengukur tingkat harapan menggunakan rumus dari Riduwan dan Akdon (2013), sebagai berikut:

Tabel 1.3.  
Skala pengukuran tingkat harapan kualitas layanan

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Penting (SP)	5
2	Penting (P)	4
3	Cukup Penting (CP)	3
4	Tidak Penting (TP)	2
5	Sangat Tidak Penting (STP)	1

## 2. Metode Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2017: 7) “Data Kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (*scoring*)”. Pada penelitian ini data kuantitatif diperoleh melalui perhitungan dari jawaban responden dalam kuesioner berdasarkan pada skala likert.

Penulis menggunakan perhitungan secara persentase yang digunakan untuk menghitung persentase jawaban responden (jamaah umrah PT Karomah Bait Al- Ansor Baturaja).

Menurut Riduwan dan Akdon (2013:18) rumus persentase dan kriteria interpretasi skor adalah sebagai berikut:

$$IS = \frac{\text{Total Skor Penelitian}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Keterangan:

Total Skor Penelitian: Jawaban Responden x Bobot Nilai ( 1-5)

Skor Ideal : Skala nilai tertinggi x Jumlah Responden

Hasil dari perhitungan persentase jawaban responden tersebut kemudian akan diinterpretasikan berdasarkan kriteria interpretasi skor/angka yang telah ditentukan sebagai berikut:

**Tabel 1.4. Interpretasi Skor/Angka**

No	Skor/Angka	Interpretasi
1	0% – 20%	Sangat Tidak Baik
2	21% – 40%	Tidak Baik
3	31% – 60%	Cukup Baik
4	61% – 80%	Baik
5	81% – 100%	Sangat Baik

Sumber : Riduwan dan Akdon (2013:20)

Atau secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut

