

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

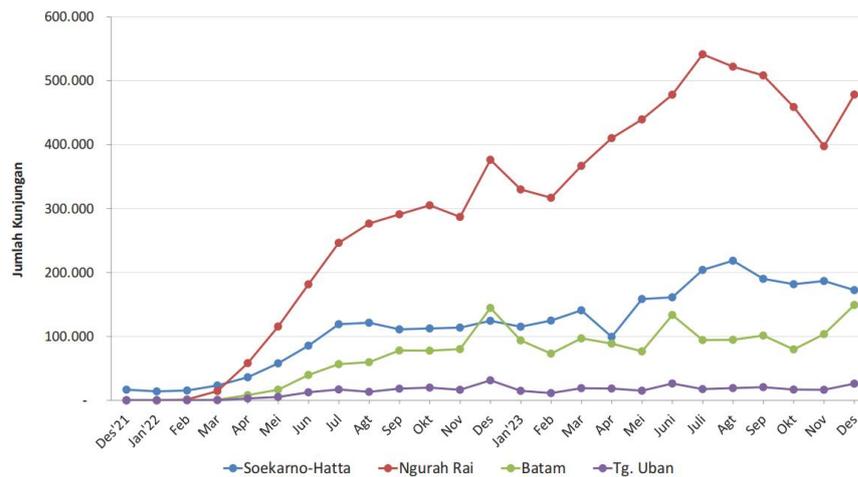
Industri pariwisata menjadi bagian gaya hidup mayoritas masyarakat. Pariwisata menjadi populer bagi warga dunia karena mengalami perubahan kebiasaan hidup, budaya, serta peradaban. Kini tidak ada keraguan lagi untuk bepergian dari satu lokasi ke lokasi yang lainnya yang jauh dari tempat tinggal. Industri pariwisata sendiri memiliki hubungan ke banyak sektor serta sebagai *multiplier effect*. Pariwisata sendiri sebenarnya memiliki pengertian sebagai proses perpindahan yang hanya sementara bagi seseorang ke tujuan selain lokasi mereka biasa tinggal dan bekerja.¹

Industri pariwisata Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan selama beberapa tahun terakhir. Menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2023, kunjungan wisman meningkat secara kumulatif sebesar 393,83 persen dari Januari hingga April 2023 dibandingkan periode yang sama tahun 2022. Bandara Ngurah Rai mengalami peningkatan kunjungan sebesar 1.819,01 persen dan Bandara Soekarno Hatta sebesar 441,24 persen. Jumlah wisatawan asing yang datang ke Indonesia mencapai 865,81 ribu pada bulan keempat tahun 2023. Jumlah ini meningkat 276,31% dari bulan sebelumnya (tahun ke tahun) dan turun tipis 0,39% dari bulan April 2023.

¹ Diena M. Lemy, *Jasa Pariwisata* (Yogyakarta: Explore, 2018), hal. 1

Adapun untuk perkembangan kunjungan wisatawan mancanegara berdasarkan lokasi masuk bandara pada tahun 2021-2023 dapat dilihat melalui data di bawah ini:

Gambar 1.1
Jumlah Wisman Desember 2021–2023



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2024

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa kunjungan wisman melalui pintu masuk utama dengan moda angkutan udara yaitu di bandara Ngurah Rai dan Soekarno Hatta mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Terlihat dari data diatas bahwa kunjungan wisman yang melalui pintu masuk bandara Ngurah Rai dan Soekarno Hatta mencapai 650,78 ribu kunjungan. Adapun kunjungan wisman melalui pintu masuk utama dengan moda angkutan laut di Pelabuhan Batam dan Pelabuhan Tanjung Uban di Provinsi Kepulauan Riau mengalami sedikit penurunan. Pada data diatas terlihat bahwa kontribusi keduanya mencapai 175,42 ribu kunjungan.

Sejalan dengan hal tersebut, AMPHURI atau Asosiasi Muslim Penyelenggara Haji dan Umrah Republik Indonesia melaporkan bahwa jumlah

jamaah umroh telah meningkat sebesar 50% dalam waktu empat tahun, mulai tahun 1435H dengan jumlah 500 ribu hingga tahun 1439 H dengan jumlah 1 juta. Adapun pengertian dari haji adalah aktivitas ibadah ke ka'bah yang berada di Kota Mekah atau bisa juga disebut dengan Baitullah yang mana pelaksanaannya hanya di bulan Zulhijjah dengan syarat atau rukun tertentu.² Sedangkan ibadah umrah adalah ibadah di tanah suci yang waktu pelaksanaannya di luar musim haji.

Bagi umat Islam, umroh memiliki makna spiritual yang besar karena mengingatkan umat Islam tentang ketaqwaan kepada Allah SWT serta dianggap sebagai cara untuk membersihkan diri dari dosa, mendapatkan keberkahan, dan ampunan dari Allah SWT. Selain aspek spiritual, umroh memiliki efek yang signifikan dalam hal sosial dan budaya yakni dengan berkumpulnya ribuan umat Muslim dari seluruh dunia dalam pelaksanaan ibadah ini, sehingga tercipta persaudaraan dan persatuan. Umroh juga merupakan kesempatan untuk bertemu dan berinteraksi dengan orang lain yang beragama Muslim, berbagi pengalaman, dan meningkatkan pemahaman tentang agama. Adapun proses dari ibadah umroh dimulai dengan niat kemudian ada beberapa yang harus dipenuhi, antara lain keadaan berihram (memakai pakaian ihram), thawaf (mengelilingi Ka'bah sebanyak tujuh kali), sa'i (berlari-lari kecil antara bukit Shafa dan Marwah), dan tahallul.

Ibadah umroh merupakan ibadah yang bersifat individu. Di sisi lain pemerintah membuat regulasi Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah hal ini

²Zulkifli, Muhammad Arif, dan Zulfadli Hamzah, "Analisis Pelayanan Ibadah Umroh Pada Perusahaan Jasa Penyelenggara Umroh Di Kota Pekanbaru", Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, 5.1 (2022), hal 62-71

dikarenakan jumlah warga negara yang ingin melakukan ibadah umrah dan haji terus meningkat, sehingga kualitas penyelenggaraan ibadah umroh maupun haji perlu ditingkatkan baik dari segi keamanan, kenyamanan, ketertiban, dan dijalankan sesuai dengan syariat. Dalam undang-undang tersebut, pemerintah memiliki tanggungjawab dalam penyelenggaraannya, dalam hal ini ditugaskan kepada menteri. Adapun pelaksanaan tanggung jawab tersebut dilakukan melalui satuan kerja yang bersifat tetap dan terstruktur di tingkat daerah, di tingkat pusat, dan di Arab Saudi. Sejalan dengan hal tersebut, pada tahun 2006 Menteri Agama Maftuh Basyuni menjadikan AMPUH (Asosiasi Muslim Penyelenggara Umrah dan Haji), AMPPUH (Asosiasi Muslim Perusahaan Penyelenggara Umrah dan Haji), serta SEPUH atau Serikat Penyelenggara Umrah dan Haji sebagai satu kesatuan dalam AMPHURI dengan kepanjangan Asosiasi Muslim Penyelenggara Haji dan Umrah Republik Indonesia. Dengan penyatuan ketiga asosiasi tersebut diharapkan dapat membentuk *bargaining power* yang kuat dalam melakukan negosiasi dengan muassasah dan berbagai *stakeholder* lain.

AMPHURI yang menjadi pusat asosiasi penyelenggara haji dan umrah, menerapkan tata kelola organisasi dengan mengambil orientasi pelayanan dengan mengusung tagline "Bangkit Melayani". AMPHURI merupakan satu-satunya asosiasi haji dan umrah yang mempunyai kepengurusan daerah atau perwakilan dari berbagai daerah. Tujuan utama dari pusat asosiasi ini adalah untuk menjadi organisasi yang berwibawa dan profesional dalam membina dan memberdayakan haji dan umrah serta mewujudkan penyelenggaraan ibadah umrah dan haji khusus yang bertanggung jawab, nyaman, profesional, dan

benar sesuai sunnah Rasulullah SAW. AMPHURI mengajak anggotanya untuk menerapkan ISO 9001:2015 serta mendorong anggota untuk mendapatkan sertifikasi oleh LSU (Lembaga Sertifikasi Usaha) Pariwisata sesuai dengan arahan Kementerian Pariwisata. Berdasarkan data, yang tercatat menjadi member AMPHURI dari tahun ke tahun meningkat. Data terakhir yang ditampilkan di dalam website tertulis bahwa pada tahun 2016 member AMPHURI berjumlah 181 hingga pada tahun 2019 member telah mengalami peningkatan sehingga berjumlah 400.

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas warga negaranya beragama muslim serta memiliki antusias dalam melaksanakan haji yang cukup tinggi. Hal tersebut berdampak pada panjangnya waiting list haji di Indonesia. Sehingga masyarakat lebih memilih melaksanakan ibadah Umroh terlebih dahulu yang kemudian menjadikan peningkatan pada jumlah jama'ah umroh setiap tahun.³ Dengan adanya peningkatan tersebut membuka banyak peluang bagi industri pariwisata religi, terutama bagi perusahaan tour and travel yang mengatur perjalanan umroh. Namun, lonjakan jamaah umroh ini juga menghasilkan persaingan yang lebih besar di antara perusahaan tour and travel. Di sisi lain persaingan antar agen tour and travel semakin ketat seiring dengan meningkatnya jumlah jamaah umroh. Para agen tour and travel berlomba-lomba menarik minat konsumen dengan menawarkan berbagai variasi harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan. Dengan demikian calon jamaah umroh memiliki lebih banyak pilihan dan dapat dengan mudah membandingkan berbagai tour and travel sebelum mengambil keputusan penggunaan jasa umroh.

³ *Ibid*, hal 62-71

Tabel 1.1
Rekapitulasi Perusahaan Tour and Travel Umroh

NO	NAMA PERUSAHAAN	JUMLAH PAKET	RENTANG HARGA
1.	Arofahmina Tour And Travel	4	Rp 29.900.000 - Rp 38.400.000
2.	An Namiroh Travelindo	10	Rp 29.950.000 - Rp 49.950.000
3.	Cahaya Madinah Tulungagung	11	Rp 29.500.000 - Rp 57.500.000
4.	El-Hakim Tour And Travel	13	Rp 25.000.000 - Rp 45.000.000
5.	PT Menara Kamilah Tours And Travel	26	Rp 31.500.000 - Rp 65.000.000

Sumber: Data diolah

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa terdapat beberapa pesaing tour and travel. Setiap tour and travel memiliki variasi harga. Berdasarkan tabel, PT Arofahmina tour and travel memiliki jenis paket sebanyak 4 dengan rentang harga mulai Rp 29.900.000 hingga Rp 38.400.000. An Namiroh Travelindo memiliki jenis paket sebanyak 10 dengan variasi harga mulai Rp 29.950.000 hingga Rp 49.950.000. untuk usaha tour and travel Cahaya Madinah Tulungagung memiliki variasi paket 11 dengan tawaran harga sebesar Rp 29.500.000 hingga Rp 57.500.000. El-Hakim Tour and Travel memiliki jenis paket 13 dengan variasi harga Rp 25.000.000 hingga Rp 45.000.000. sedangkan untuk PT MENARA KAMILAH TOURS AND TRAVEL sendiri memiliki jumlah paket hingga 26 dengan variasi harga yang juga beragam dari Rp 31.500.000 hingga Rp 65.000.000. Fenomena lonjakan jamaah umroh dan persaingan antar agen tour and travel ini menghadirkan tantangan bagi para agen untuk tetap kompetitif dan menarik minat konsumen. Diperlukan kreativitas dan inovasi dalam strategi pemasaran, penawaran paket umroh, dan

peningkatan kualitas pelayanan. Agen tour and travel diharapkan mampu beradaptasi dan berinovasi dengan baik.

Sebagaimana masalah yang telah dipaparkan melalui latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul **“Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Di PT Menara Kamilah Tours and Travel”**. Peneliti akan melakukan analisis pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa di PT Menara Kamilah Tours and Travel. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan tambahan terkait fenomena tour and travel di Kabupaten Tulungagung serta menambah wawasan peneliti tentang pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa di PT Menara Kamilah Tours and Travel.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan jasa di PT Menara Kamilah Tours and Travel?
2. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap keputusan penggunaan jasa di PT Menara Kamilah Tours and Travel?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa di PT Menara Kamilah Tours and Travel?
4. Bagaimana pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa di PT Menara Kamilah Tours and Travel?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan jasa di PT Menara Kamilah Tours and Travel
2. Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan penggunaan jasa di PT Menara Kamilah Tours and Travel
3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa di PT Menara Kamilah Tours and Travel
4. Mengetahui pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa di PT Menara Kamilah Tours and Travel

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah dapat menambah kajian dan wawasan tentang adanya pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa sehingga penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber ilmu untuk menambah wawasan serta bahan pertimbangan referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi travel haji dan umroh

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi PT Menara Kamilah Tours and Travel atau biro umroh lainnya dalam menganalisa harga, fasilitas, dan pelayanan yang diberikan.

- b. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa wawasan, pengetahuan, serta referensi bagi akademisi terutama bagi mahasiswa yang sedang melakukan penelitian dengan variabel serupa.

c. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi masyarakat umum, khususnya bagi para calon jamaah umroh terkait harga, fasilitas, dan pelayanan yang diberikan sehingga mereka menjadi lebih teliti dalam pemilihan lembaga penyelenggara perjalanan umroh.

d. Bagi peneliti yang akan datang

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan tambahan ide serta info terbaru tentang adanya pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa PT. Menara Kamilah Tour and Travel.

E. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang lingkup

Ruang lingkup penelitian merupakan batasan dalam suatu penelitian yang bertujuan untuk memisahkan aspek tertentu sehingga menjadikan langkah lebih efektif dan efisien. Peneliti menentukan ruang lingkup dan batasan masalah penelitian ini sehingga mereka dapat fokus pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga (X1), fasilitas (X2), dan kualitas pelayanan (X3). Keputusan tentang penggunaan jasa adalah variabel terikat (Y). Penelitian ini dilakukan di PT

Menara Kamilah Tours and Travel dengan subjek penelitian adalah jamaah umroh pada tahun 2023.

2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup kajian berupa subjek penelitian. Subjek pada penelitian ini adalah jamaah umroh yang mendapatkan jadwal keberangkatan mulai bulan Januari hingga Desember pada tahun 2023 hal ini dikarenakan alasan prosedural dari lembaga lokasi penelitian.

F. Definisi Operasional

Pengertian definisi operasional merupakan batasan pengertian yang dijadikan sebagai pedoman dalam melaksanakan kegiatan penelitian berdasarkan karakteristik yang diamati. Definisi operasional bertujuan untuk mempermudah pemahaman pokok masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini maka berikut definisi dari setiap pokok masalah yang akan dibahas.

1. Harga

Harga merupakan satuan moneter yang menjadi alat tukar setelah memperoleh manfaat dari suatu produk serta menjadi salah satu factor pertimbangan konsumen saat membuat keputusan pembelian. Harga, juga dikenal sebagai harga, merupakan skor penilaian harga yang dihitung menggunakan faktor-faktor seperti kesesuaian harga dengan manfaat, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan keterjangkauan harga.

2. Fasilitas

Fasilitas memiliki artian sebagai hal-hal yang mampu memudahkan serta membantu kelancaran suatu pekerjaan dalam upaya memberikan kualitas pelayanan yang optimal. Sarana pendukung dan fasilitas penunjang kualitas pelayanan perusahaan akan semakin lengkap ketika aktivitas perusahaan juga semakin besar.⁴ Fasilitas adalah skor penilaian fasilitas yang diukur dengan desain fasilitas, nilai fungsi, estetika, kondisi yang mendukung, serta peralatan penunjang.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan merupakan kemampuan perusahaan yang ditunjukkan melalui sumber daya manusia dan lingkungannya dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.⁵ Kualitas Pelayanan adalah skor penilaian yang diukur dengan *Tangible* atau Bukti Fisik, *Reliability* atau Reliabilitas, *Responsiveness* atau Daya Tanggap, *Assurance* atau Jaminan, serta *Empathy* atau Empati.

4. Keputusan Penggunaan Jasa

Keputusan penggunaan jasa yaitu proses memutuskan menggunakan atau memakai suatu jasa dalam hal ini berupa layanan. Makna keputusan penggunaan jasa dalam penelitian ini sejalan dengan makna keputusan pembelian. Adapun pengertian dari keputusan pembelian merupakan proses pemilihan salah satu atau lebih perilaku alternatif setelah melalui proses pengintegrasian dan mengevaluasi

⁴Eka Putri Maulidiah, Survival Survival, and Bambang Budiantono, 'Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Economina*, 2.3 (2023), pp. 727–37.

⁵Nurhadi, 'Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah', *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2.2 (2020), pp. 137–50.

dengan melakukan kombinasi pengetahuan yang telah dimiliki.⁶ Keputusan penggunaan jasa adalah skor penilaian yang diukur dengan tiga indikator yakni Masukan (*input*), Proses (*process*), dan Luaran (*output*).

⁶Laurensius Panji Ragatirta and Erna Tiningrum, 'Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Rown Division Surakarta)', *Journal Of Management, Business And Education*, 7.2 (2020), pp. 143–52.