

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Umrah merupakan serangkaian tindakan ibadah dalam agama Islam yang mirip dengan haji, dilaksanakan di kota suci Mekah, terutama di Masjidil Haram. Pelaksanaan umrah melibatkan banyak ritual keagamaan. Ada dua aspek yang penting diperhatikan dalam pelaksanaan umrah, yaitu standar pelayanan di dalam negeri dan di Mekkah. Di Indonesia, aspek-aspek penting yang harus diperhatikan termasuk layanan administrasi (pengurusan dokumen umrah, pemeriksaan calon jemaah), bimbingan ritual (materi panduan, metode bimbingan, dan jadwal), serta penyediaan perlengkapan ibadah dan konsultasi. Sementara itu, standar pelayanan umrah di tanah suci mencakup akomodasi, transportasi, makanan, layanan kesehatan, dan pengajaran mengenai ibadah haji dan umrah.

Suatu perusahaan harus mengutamakan pelayanan agar dapat menarik perhatian pelanggannya. Pelayanan yang baik memberikan dampak positif bagi perusahaan, khususnya dalam menjaga reputasinya di masyarakat. Masyarakat sebagai pelanggan aktif akan selalu mencari dan memilih perusahaan yang dapat memberikan kualitas terbaik, baik dari segi produk, fasilitas, dan layanan perusahaan. Hal ini tentunya menjadi salah satu alasan mengapa dunia usaha harus terus meningkatkan segala aspek produk yang mereka berikan kepada pelanggan, karena hampir setiap manusia

mempunyai keinginan alami untuk mendapatkan pelayanan yang terbaik, khususnya di industri jasa.

Dalam era ini, kompetisi di dunia bisnis semakin sengit sejalan dengan perkembangan teknologi dan pengetahuan, yang pada gilirannya memberikan konsumen akses ke informasi yang lebih mendalam tentang berbagai pilihan produk yang tersedia di pasar. Produsen dan penjual berupaya memenuhi kebutuhan serta preferensi konsumen, sambil berusaha memberikan tingkat kepuasan yang maksimal.. Oleh karena itu, selain produk yang diberikan, faktor terpenting yang perlu diperhatikan adalah konsumen. Untuk bersaing saat ini dan masa depan, setiap organisasi harus mampu menyusun strategi dan rencana pemasaran yang memadai. Ini semua tentang menjadi “berorientasi konsumen,” yang berarti mempelajari segala sesuatu tentang konsumen.²

Dengan semakin banyaknya jemaah haji dan umrah yang turut serta dalam mengatur penyelenggaraan haji atau umrah, maka persaingan antar lembaga pun semakin meningkat sehingga jemaah bingung menentukan lembaga mana yang paling baik dalam memberikan pelayanan di segala bidang agar ibadah haji dan umrah dapat terselenggara dengan sukses. Memberikan pelayanan yang baik kepada jemaah akan memuaskan mereka, yang pada akhirnya akan berujung pada pengabdian mereka kepada pengelola perjalanan yang bersangkutan. Jika pelayanan dipandang baik dan

² Bakti Toni Endaryono Dan Cristina Ekawati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Travel Umrah Dan Haji Pada PT Alifah Tour Cabang Bogor”, *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, Vol. 15, No.1, 2023, hal. 53.

memuaskan, maka kualitasnya dianggap buruk; sebaliknya jika pelayanan atau pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah pendapat mereka terhadap kualitas layanan. Peningkatan kualitas pelayanan dalam pemasaran jasa bertujuan untuk menanamkan nilai-nilai baik dalam pikiran konsumen, sehingga membuat mereka senang ketika menggunakan jasa perusahaan.³ Filosofi Islam menekankan bahwa ketika menawarkan jasa melalui bisnis Anda, baik berupa barang atau jasa, Anda tidak boleh memberikan kualitas yang buruk atau rendah, melainkan berkualitas kepada orang lain. Pelanggan akan lebih bahagia dan bahagia jika perusahaan memberikan layanan berkualitas tinggi kepada mereka.⁴

Kotler menjelaskan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kekecewaan yang dirasakan seseorang berdasarkan perbandingan antara kinerja atau hasil produk dengan harapan yang dimilikinya. Jika produk tidak memenuhi harapan tersebut, maka konsumen akan merasa tidak puas. konsumen akan merasa tidak puas.⁵ Jika yang sebaliknya dilakukan, pelanggan akan puas. Kebahagiaan pelanggan merupakan salah satu faktor kunci kemampuan perusahaan bersaing. Pelanggan yang puas kemungkinan besar akan terus berlangganan layanan yang kami berikan, dan mereka bahkan

³Faizul Muna and Heru Suprihhadi, "Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, No. 12, 2019, hal. 2.

⁴Zainal Muttaqien, "Pengaruh Service Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Mediasi Brand Satisfaction dan Brand Trust," *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, No. 1, 2017, hal. 113.

⁵ Kurniawan, Euis Soliha, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Fasilitas Kepuasan Pelanggan Pada My Kopi O Semarang", *Jurnal Of Management*, Vol. 5, No.1, 2022, Hal. 349.

mungkin memberi tahu orang lain tentang layanan yang kami berikan, sehingga kepuasan konsumen dapat digunakan sebagai ukuran keberhasilan

Kualitas layanan yang baik memberi insentif kepada pelanggan untuk membentuk ikatan yang mendalam dengan organisasi. Mengingat semakin ketatnya persaingan antar dunia usaha, korporasi diharapkan dapat memberikan pelayanan prima. Pelanggan mengharapkan pelayanan yang luar biasa, baik, dan cepat dari perusahaan jasa, serta pekerja yang baik dan sopan.

Menurut Tjiptono Meningkatnya kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen secara positif terkait, dan layanan berkualitas tinggi cenderung meningkatkan kepuasan konsumen. Lebih baik jika ketidakpuasan terhadap kualitas layanan dapat menjadi alasan bagi konsumen untuk beralih ke penyedia layanan lain, sehingga meningkatkan kesadaran akan pentingnya kualitas layanan. Ini berarti usaha untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada lebih diutamakan daripada upaya menarik pelanggan baru, karena mempertahankan pelanggan yang sudah ada umumnya lebih efektif daripada menarik pelanggan baru. Pelanggan. Kehilangan konsumen mungkin merupakan bencana bagi bisnis.⁶

⁶ Muhammad In'amul Chulaifi and Endang Setyowati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umrah Dan Haji Pada PT. Sebariz Warna Berkah Di Surabaya," Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Vol. 3, No. 01, 2018, hal. 47.

Kualitas didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk atau layanan untuk menghasilkan peningkatan kesenangan pengguna yang terukur dan dirasakan. Dalam hal ini, fasilitas berperan penting dalam meningkatkan kepuasan dengan memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada pengguna layanan. Pelanggan akan puas apabila fasilitas yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Perusahaan yang menciptakan suasana menyenangkan dan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi klien dalam melakukan transaksi.⁷ Pada sejumlah tipe jasa, kesan yang dikembangkan melalui interaksi antara pelanggan dan fasilitas layanan mempunyai dampak besar terhadap kualitas layanan yang dirasakan. Apabila fasilitas pelayanan diberikan dengan baik dan memadai maka pelayanan perusahaan akan ideal, klien akan mendapatkan pengalaman yang positif, dan fasilitas yang baik dapat memberikan kontribusi terhadap kebahagiaan konsumen. Apabila fasilitas pelayanan diberikan dengan baik dan memadai maka pelayanan dapat menjadi ideal.⁸

PT Al Hakim Lina Jaya, adalah salah satu Biro Perjalanan Haji dan Umrah yang berkantor pusat di Jalan Ki Mangun Sarkoro, Vila Satwika A-7 Tulungagung, telah memiliki sekitar 887 jemaah pada tahun 2022-2023. Pelayanan tersebut diberikan oleh orang-orang yang berkualitas di bidangnya, dan biro jasa perjalanan haji dan umrah

⁷ Seanewati Oetama and Desy Herlina Sari, "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Di Sampit," *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis* 3, No.1,2017, Hal. 59–65.

⁸ Sri Mulyono, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas Dan Customer Loyalty Terhadap Kepuasan Pasien," *Journal of Islamic Business Management Studies*, Vol.1, No. 1, 2020, hal. 34.

telah menetapkan fasilitasnya, antara lain Paket Umrah, Paket Umrah Plus, Paket wisata halal, wisata domestik dan lain-lain.

Tabel 1.1

Jumlah Jemaah umrah tahun 2015-2023

No	Tahun	Jumlah Jemaah Umrah
1	2015	90
2	2016	140
3	2017	230
4	2018	250
5	2019	400
6	2022	383
7	2023	504

Peneliti memilih PT Alhakim Lina Jaya Tulungagung sebagai subjek penelitiannya karena besarnya peningkatan jumlah pertemuan selama dua tahun terakhir yang mencapai 887 orang. Selain itu, PT. Alhakim Lina Jaya tergolong perusahaan baru yang beroperasi di sektor umrah dengan kepercayaan yang kuat, terbukti dengan jumlah jemaah dan pendekatan pemasaran yang berhasil. Pada saat pandemi covid 19 pemberangkatan Jemaah umrah harus ditunda selama dua tahun oleh pemerintah kerajaan Arab Saudi, ini merupakan Langkah yang sangat sulit namun penting untuk melindungi Kesehatan masyarakat dan mencegah penyebaran virus

corona. Meskipun memberikan dampak yang signifikan keputusan ini menunjukkan komitmen pemerintah Arab Saudi untuk menjaga keamanan dan keselamatan para Jemaah. Banyak penelitian telah dilakukan tentang kepuasan pelanggan, namun beberapa hasil penelitian menunjukkan ketidak konsistensi dalam faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Salah satu penelitian oleh Sri Mulyono menunjukkan bahwa fasilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan. Menurut hasil penelitian ini, kepuasan ditentukan oleh harapan pelanggan atau pasien, kinerja penyedia layanan, dan fasilitas yang disediakan untuk memenuhi harapan tersebut. Temuan bahwa loyalitas pelanggan memiliki dampak besar terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Medika Permata Hijau Jakarta menunjukkan perlunya peningkatan komponen kepuasan pasien di rumah sakit tersebut. Oleh karena itu, Rumah Sakit Medika Permata Hijau Jakarta perlu secara aktif dan berkelanjutan meminta umpan balik dari pasien terkait kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan.⁹ Mempertimbangkan fenomena yang terjadi yang salah satunya mengambil alat ukur tentang kepuasan pelanggan maka penelitian ini adalah ingin melihat konsistensi faktor kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan jemaah pada PT. Al Hakim Lina Jaya Tulungagung, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Jemaah Umrah di PT Al Hakim Lina Jaya Tulungagung”

⁹ Mulyono, hal. 41.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat kita identifikasi masalah yang mungkin muncul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Semakin ketatnya suatu persaingan usaha maka perusahaan lain akan berlomba lomba untuk mendapatkan konsumen.
2. Strategi kualitas pelayanan dan fasilitas di lakukan PT. Alhakim Lina Jaya tour and travel untuk mendapatkan konsumen.
3. besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen PT. Alhakim Lina Jaya tour and travel.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan jemaah umrah di PT Alhakim Lina Jaya?
2. Apakah fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan jemaah umrah di PT Alhakim Lina Jaya?
3. Apakah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan jemaah umrah di PT. Alhakim Lina Jaya?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan jemaah umrah di PT Alhakim Lina Jaya.
2. Untuk menguji apakah fasilitas berpengaruh secara signifikan signifikan terhadap kepuasan jemaah umrah di PT Alhakim Lina Jaya.
3. Untuk menguji apakah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan jemaah umrah PT Alhakim Lina Jaya.

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis diharapkan bisa memberi manfaat dalam memberi wawasan serta ilmu pengetahuan mengenai kualitas pelayanan yang baik dalam meningkatkan jumlah pelanggan, terutama dalam penerapannya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat serta menambah wawasan, pengetahuan dan referensi terutama bagi mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Pariwisata Syariah.

b. Bagi biro umrah

Hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menyediakan jasa umrah yang baik dan layak kepada para jemaah dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas sebagai salah satu aspek kepuasan pelanggan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan dan referensi untuk membantu menyusun penelitian selanjutnya.

F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian

1. Lingkup Penelitian

Penelitian ini mengeksplorasi hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuannya juga untuk menentukan apakah beberapa variabel memiliki pengaruh yang lebih signifikan atau sama besarnya.

2. Batasan Penelitian

Adanya batasan dalam penelitian ini bertujuan untuk memproyeksikan batasannya di masa yang akan datang, Sehingga penelitian ini hanya berfokus Pada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap tingkat kepuasan jemaah umrah.

G. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan pemahaman dan kelancaran diskusi berikutnya, peneliti akan menjelaskan definisi beberapa istilah penting yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penegasan konseptual

a. Kualitas layanan

adalah kemampuan untuk merencanakan, memproduksi, dan melaksanakan produk yang sangat bermanfaat bagi klien. Kualitas layanan menjamin ketersediaan produk, penyampaian layanan tepat waktu dan waktu tunggu yang lebih singkat, keunggulan layanan, dan kemampuan untuk menanamkan kesenangan dan kenyamanan pada pelanggan. Kualitas layanan mengacu pada fitur dan jenis layanan yang mempengaruhi kapasitas karyawan untuk memenuhi kebutuhan yang diungkapkan atau disarankan oleh konsumen. Kualitas adalah kunci untuk menciptakan nilai dan kebahagiaan pelanggan, dan merupakan tanggung jawab semua orang (karyawan).

b. Fasilitas

Menurut Moenir fasilitas merujuk pada segala jenis peralatan, perlengkapan kerja, dan layanan yang berperan sebagai alat utama atau bantuan dalam menjalankan suatu pekerjaan, serta memiliki nilai sosial bagi individu atau

kelompok yang terlibat dalam kegiatan tersebut. Fasilitas juga mencakup segala sesuatu yang digunakan, ditempati, dan dinikmati oleh pengguna.¹⁰

c. Kepuasan pelanggan

Menurut Tjiptono, kepuasan konsumen adalah respons dari konsumen terhadap sejauh mana penilaian mereka sesuai dengan harapan yang mereka miliki sebelumnya. Penelitian indeks kepuasan pelanggan ini mengevaluasi sejauh mana harapan konsumen terpenuhi, termasuk kualitas sesuai dengan yang dijanjikan, pelayanan yang baik dan memuaskan, kecepatan pelayanan, dan respons terhadap keluhan konsumen.¹¹

2. Penegasan Operasional

Penelitian kuantitatif ini berfokus pada pengaruh kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan jemaah umrah. Kualitas pelayanan merupakan upaya yang dilakukan oleh pemilik usaha jasa untuk memenuhi permintaan dan aspirasi pelanggannya. Kualitas pelayanan ini dilakukan dengan maksud untuk mencocokkan keinginan dan aspirasi pelanggan.

¹⁰ N N Yulianthini G Widyastana J, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tri Jay'S Salon dan Spa di Singaraja", Jurnal Manajemen, Vol. 8, No.2, 2022 hal. 463.

¹¹ Chulaifi and Setyowati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umrah Dan Haji Pada PT. Sebariz Warna Berkah di Surabaya", Vol. 3. No.1, 2018, hal. 43.

H. Sistematika Skripsi

Agar penelitian ini bisa disajikan secara sistematis, maka peneliti menyusunnya ke dalam enam bab yang berkelanjutan dan berhubungan satu sama lain.

Bagian pertama, menyajikan konteks masalah yang menjadi latar belakang penyelenggaraan penelitian. Selain itu, terdapat rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan dan cakupan penelitian, klarifikasi istilah, dan struktur keseluruhan skripsi.

Bagian kedua, mencakup tinjauan literatur, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis. Tinjauan literatur merinci landasan teoritis penelitian, termasuk penjelasan masing-masing variabel yang diperlukan.

Bagian ketiga, dijelaskan mengenai metodologi yang diterapkan dalam penelitian, termasuk desain penelitian, populasi dan sampel responden, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan.

Bagian keempat mempresentasikan data yang dikumpulkan dari lapangan, yang kemudian dianalisis sesuai dengan metode yang telah dijelaskan sebelumnya. Data tersebut dikelompokkan dan dijelaskan melalui hasil pengujian instrumen.

Bagian kelima, memaparkan pembahasan hasil analisis data. Di bab ini akan diuraikan secara lengkap mengenai hasil penelitian.

Bagian keenam, Penutup kesimpulan dan saran.