

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sebagian besar penduduk Indonesia adalah beragama Islam, hal ini dapat menjadikan Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Ibadah Haji dan Umroh adalah ibadah yang diimpikan oleh setiap muslim di Indonesia. Tetapi dengan status Indonesia sebagai penduduk muslim terbesar di dunia membuat kuota haji semakin diperketat. Pemerintah Arab Saudi sudah memberikan kuota haji untuk jamaah haji di Indonesia lebih besar dari negara-negara lain, tetapi tetap tidak mampu menutupi jumlah permintaan. Berikut data kuota haji dari tahun 2006-2017 :

**Tabel I.1**  
**Data Kuota Haji 2006-2017**

No	Tahun		Kuota
	Masehi	Hijriyah	
1	2006	1427	187.161
2	2007	1428	191.823
3	2008	1429	189.699
4	2009	1430	189.358
5	2010	1431	196.206
6	2011	1432	199.848
7	2012	1433	192.290
8	2013	1434	154.547
9	2014	1435	154.467
10	2015	1436	155.200
11	2016	1437	168.800
12	2017	1438	221.000

*Sumber: Kemenag.go.id*

Data tersebut menunjukkan fakta bahwa kuota haji yang bertambah dari tahun ke tahun untuk memenuhi permintaan jamaah, namun masih belum mencukupi. Data terakhir dari kementerian agama daftar tunggu haji saat ini mencapai 17 tahun. Oleh karena itu saat ini banyak yang memilih melaksanakan ibadah umroh terlebih dahulu.

Titan berpendapat bahwa orang yang melakukan umroh tidak hanya yang belum pernah melakukan ibadah haji, tetapi orang yang belum pernah berangkat ibadah haji juga memilih umroh untuk mengobati kerinduan pada Tanah Suci<sup>1</sup>. Hal ini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia dan membuat perkembangan usaha *travel* umroh semakin meningkat seiring berjalannya waktu dalam memenuhi kebutuhan penduduk melaksanakan ibadah umroh dengan mudah dan nyaman. Tetapi hal yang harus diperhatikan bahwa tidak semua *travel* umroh di Indonesia khususnya di Jakarta memiliki izin yang legal serta tidak dapat menjamin keselamatan serta kenyamanan ibadah calon jamaah.<sup>2</sup> Berikut merupakan data jumlah jasa travel umroh di Jakarta yang terdaftar di kementerian agama:

---

<sup>1</sup> Titan, Perencanaan Strategi E-Marketing Pada PT. Nur Islami Travel dengan menggunakan metode SOSTAC, <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab1/2012-2-01484-SI%20Bab1001.pdf>, (diakses pada tanggal 19 Desember 2017 pukul 8.13)

<sup>2</sup> Bambang Priyo Jatmiko, *Izin 24 perjalanan umroh dicabut, kemenag perketat pengawasan*. <http://ekonomi.kompas.com/read/2017/05/29/080929626/izin.24.perusahaan.perjalanan.umrah.dicabut.kemenag.perketat.pengawasan>, (diakses pada tanggal 19 Desember 2017 pukul 8:54)

**Tabel I.2**  
**Jasa Travel Umroh yang Terdaftar**

NO	TEMPAT	TOTAL
1	Jakarta Pusat	56
2	Jakarta Utara	9
3	Jakarta Barat	18
4	Jakarta Timur	113
5	Jakarta Selatan	147
	<b>Total</b>	<b>343</b>

*Sumber: Kemenag.go.id*

Data di atas menunjukkan banyaknya jasa travel umroh yang tersebar di Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa dalam dunia usaha, satu hal yang tidak bisa dihindari adalah persaingan antara satu lembaga bimbingan ibadah haji dan umroh dengan lembaga lainnya yang akan memunculkan semangat untuk saling berlomba-lomba dalam melakukan pelayanan yang terbaik dalam melayani konsumen. Di sisi lain untuk memenangkan suatu persaingan dalam dunia bisnis, perusahaan harus mampu melakukan manajerial yang berkualitas di segala aspek, baik dalam pengelolaan lembaga, sumber daya manusia, manajemen keuangan maupun manajemen pemasaran.

Pelanggan, tamu, klien, pembeli ataupun pasien merupakan aset yang sangat berharga dalam mengembangkan sebuah industri jasa. Namun acap kali ketika melayani, petugas pelayanan lupa akan fungsinya, yakni berada satu titik di bawah pelanggan<sup>3</sup>. Kepuasan pelanggan adalah hal wajib bagi kelangsungan pertumbuhan perusahaan.

---

<sup>3</sup> Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), p. xiii

Bentuk kepuasan pelanggan dapat diperoleh lewat mutu pelayanan atau kualitas pelayanan yang ada. Karena mutu dan pelayanan merupakan sarana untuk mencapai kepuasan dan ikatan. Tujuan utama perusahaan adalah bukan untuk menghasilkan produk dan jasa yang bermutu, melainkan menghasilkan pelanggan yang puas dan setia<sup>4</sup>. Dengan harapan para pelanggan akan terus menjalin bisnis dengan perusahaan atau industri jasa yang ada. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor yang mendongkrak pangsa pasar suatu perusahaan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan bermutu atau kualitas pelayanan terpadu dapat dipengaruhi oleh sumber daya manusia, sistem, strategi, maupun manajemen yang ada dalam industri suatu usaha jasa<sup>5</sup>.

Studi tentang kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, tidak hanya menjadi perbincangan tetapi juga topik kajian yang menarik dewasa ini khususnya bagi para wirausaha. Penelitian Gbenga dan Osotimehin<sup>6</sup>; Keith dan Simmers<sup>7</sup>; Moisescu dan Gica<sup>8</sup>; Alrousan dan Abuamoud<sup>9</sup>; Kursunluoglu<sup>10</sup>; Lin<sup>11</sup>; Kandampully dan

---

<sup>4</sup> *Ibid.*, p. 4

<sup>5</sup> Faustino Cardosa Gomes, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: Andi, 2002), p. 2

<sup>6</sup> Gbonga, O. & Osotimethin K, *Determinants of repeat buy in the hospitality industry. Evidence from hotel Business in Lagos State. American Journal of Marketing Research 1*, 2015, pp. 20-27

<sup>7</sup> Keith, N.K. & Simmers, C.S, *Measuring hotel service quality perceptions: The Disparity Between Comment Cards and LODGSERV. Academy of Marketing Studies Journal. Journal 17*, 2013, pp. 119-131

<sup>8</sup> Moisescu, O.I & Gica, O.A, *SERVQUAL VERSUS SERVPERF: Modelling Customer Satisfactin and Loyalty as a Function of Service Quality in Travel Agencies Studia Universitatis Babes-Bolyai 58*, 2013, pp. 3-19

<sup>9</sup> Alrousan, R.M. & Abuamoud, I.M, *The Mediation of Tourists Satisfaction on the Relationship between Tourism Service Quality and Tourists Loyalty: Five stars hotel in Jordanian Environment. International Business Research 6*, 2013, pp. 79-90

<sup>10</sup> Kursunluoglu, E, *Customer Service Effects On Customer Satisfaction And Customer Loyalty: A field Research in Shopping Centers in Amir City- Turkey International Journal of Business and Social Science 2*, 2011, pp. 14-22

<sup>11</sup> Lin, C.H, *Relationship between guest perceptions of service quality and customer loyalty in the hotel industry in south Florida (PhD Thesis). Ann Arbor: Lynn University, 2005*, pp. 163

Suhartanto<sup>12</sup> sampai pada kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan juga merupakan hasil dari tingkat kualitas layanan yang dirasakan. Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan, semakin banyak pelanggan puas, yang pada gilirannya menciptakan loyalitas, menghasilkan pelanggan kembali mengkonsumsi dan juga merekomendasikan kepada orang lain.

Selanjutnya temuan Nur Achmad Affandi, menyebutkan bahwa masyarakat merupakan *customer* (pengguna) sekaligus *citizens* (penyedia) yang mempunyai nilai tawar dalam menentukan jenis dan kualitas pelayanan yang diinginkan. Kepuasan pelanggan merupakan orientasi pasar yang semakin penting untuk terus dikaji ulang. Pengkajian tentang kepuasan pelanggan dimaksudkan agar konsumen menjadi konsumen yang setia dan loyal.

Loyalitas pelanggan merupakan tujuan akhir perusahaan dalam upaya penerapan strategi pemasaran, bahkan penelitian Caruana *et.al*<sup>13</sup>, sampai pada kesimpulan bahwa *customer loyalty* merupakan bagian terpenting pada pengulangan pembelian pada pelanggan, sehingga dapat dikatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah muara dari segala aktivitas pemasaran pada khususnya bahkan aktivitas bisnis pada umumnya.

---

<sup>12</sup> Kadampully, J. & Suhartanto, D, *Customer loyalty in the hotel industry: the role of customer satisfaction and image. International Journal of Contemporary Hospitality Management* 12, 2000, pp 346-351

<sup>13</sup> Caruana. A. *Service loyalty. The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction.* Centre of communication technology, University of Malta, 2002, pp 1339

Selanjutnya Parasuraman *et.al*<sup>14</sup>, sampai pada kesimpulan bahwa untuk memperoleh loyalitas pelanggan tidak ada strategi lain kecuali dengan berusaha memberikan kepuasan pelanggan secara maksimal, sementara tingkat kepuasan pelanggan akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan selain mempengaruhi kepuasan pelanggan juga akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Berdasarkan pendapat dan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi beberapa faktor, seperti citra perusahaan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya terdapat keunikan atau kelebihan dari penelitian ini. Jika penelitian sebelumnya hanya membahas mengenai variabel bebas dan variabel terikat saja, maka penelitian ini lebih fokus pada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan yang artinya terdapat variabel mediasi/intervening. Dalam penelitian ini akan terlihat adanya pengaruh secara langsung atau tidak langsung. Objek dalam penelitian ini, yaitu PT. Kurnia Saida Al Haramain atau biasa dikenal sebagai Saida Tour & Travel. Perusahaan tour & travel tersebut beralamat di Jl. Condet Raya No.13 Balekambang, Kramat Jati Kota Jakarta Timur, 13530. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan *Tour & Umroh* yang didirikan pada tahun 2007 dan sudah memiliki pengalaman 10 tahun terakhir dan

---

<sup>14</sup> Parasuraman et. al, *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception an Expectations*. New York : The Free Press, 1985, pp 45

merupakan perusahaan yang bergerak dalam penyedia jasa *Tour & Umroh* serta melayani pembuatan dokumen seperti visa yang ditujukan pada pelanggan.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti melakukan pra survei mengenai kepuasan pelanggan dengan responden sebanyak 50. Hasil pra survei dapat dilihat pada **Gambar I.1**



*Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2018*

**Gambar I.1**  
**Hasil Pra Survei**

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa dari 50 responden 68% atau 34 responden menjawab tidak puas akan pelayanan yang diberikan Saida Travel. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Saida Tour & Travel masih tergolong cukup rendah untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Dari jawaban terbuka responden, alasan yang membuat ketidakpuasan responden yang merupakan jamaah umroh Saida Travel adalah mundurnya waktu keberangkatan ke tanah suci yang ditentukan dari jadwal awal, jauhnya letak hotel dengan tempat ibadah, dan kurangnya perlindungan saat thawaf dan sa'i bagi lansia.

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan di PT. Kurnia Saida al Haramain.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka masalah diidentifikasi sebagai berikut :

1. Kuota haji semakin diperketat, sehingga jamaah lebih memilih untuk umrah terlebih dahulu.
2. Tidak semua travel umroh di Indonesia khususnya di Jakarta memiliki izin legal
3. Adanya persaingan antar lembaga bimbingan haji dan umroh
4. Petugas pelayanan lupa akan fungsinya
5. Cukup rendahnya hasil pra survei dari kepuasan pelanggan.

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah, maka peneliti membatasi masalah pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap



kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan di PT. Saida Tour & Travel di Jakarta.

#### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Saida Tour & Travel?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT. Saida Tour & Travel?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT. Saida Tour & Travel?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi PT. Saida Tour & Travel?

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan” adalah:

1. Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berharga, berupa konsep mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap

kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan referensi, serta masukan sumbangan konseptual bagi penelitian sejenis dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya peningkatan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan.

## 2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah wawasan pengetahuan peneliti.