

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara dengan populasi Muslim tertinggi di dunia. Setiap Muslim pasti ingin melakukan ziarah ke Mekah baik untuk haji atau umrah dan jasanya termasuk Muslim di Indonesia. Hal itu didasari oleh ayat yang menyerukan umat Islam untuk beribadah haji sebagai berikut :

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَ لِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

“Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim; barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam”.(QS. Al Imran: 97)

Kesadaran, kemauan, dan kemampuan umat Islam di Indonesia untuk melakukan haji dan umrah telah meningkat dan ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah antrian haji setiap tahun. Muslim yang ingin melakukan haji dan umrah akan memilih agen perjalanan haji dan umrah yang menyediakan layanan ini dengan harapan bahwa mereka dapat memberikan bantuan yang memuaskan dan mendukung selama ritual haji dan umrah. Dalam banyak kasus, pelanggan tidak akan ragu untuk membayar lebih untuk mendapatkan kepuasan dan layanan premium tersebut. Bagi konsumen jenis ini, uang bukanlah opsi yang

penting dan mereka tidak suka harga murah. Dengan demikian, perusahaan yang memberikan nilai yang berarti atau manfaat nyata bagi konsumen akan mendapatkan lebih banyak keuntungan dibandingkan dengan pesaing mereka.

Adanya kecenderungan meningkatnya kesadaran, kemauan, dan kemampuan umat Muslim di Indonesia untuk melakukan ibadah haji dan umroh maka semakin banyak perusahaan yang bergerak dibidang jasa Tour & Travel umroh dan haji khususnya di daerah Surabaya dan sekitarnya. Usaha jasa Travel Umrah dan Haji memiliki prospek yang bagus karena disisi lain usaha ini tidak hanya mendapatkan keuntungan dalam bentuk profit uang di dunia akan tetapi usaha ini juga dapat menjadi ibadah dalam mencari pahala yang banyak karena usaha ini mengirimkan jamaah umrah dan haji ke tanah suci untuk menunaikan rukun islam yang kelima.

Dikatakan prospek usaha *tour & travel* sangat menjanjikan dikarenakan penduduk di Indonesia yang sebagai besar mayoritas beragama islam sangat antusias dan memiliki impian ke tanah suci untuk sekedar Umrah bahkan sampai Haji. Data kementerian agama jumlah daftar tunggu haji mulai dari 2008 sampai 2015 mencapai dari 0,02 juta sampai 2,96 juta dengan estimasi sampai 2020 mencapai 4,36 juta ini memberikan gambaran bahwa dari tahun ke tahun jamaah haji di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat drastis. Dengan banyaknya minat konsumen terhadap ibadah haji dan umrah maka semakin banyak juga perusahaan yang berjalan di bidang Usaha jasa travel umrah & haji salah satunya yaitu *Be Travel* di Surabaya. *Be Travel* sendiri sudah berdiri kurang lebih 10 tahun travel ini berkantor di jalan Amir hamzah no 16 di Surabaya dan ada beberapa

cabang di luar kota surabaya seperti Pasuruan, Jombang, Malang, dan kota-kota Jawa timur lainnya Be Travel ini merupakan salah satu jasa umroh di Surabaya travel ini di pimpin atau di didirikan oleh H.Heliosa Soerwianto S.SOS,MM. Adanya prospek yang menjanjikan tersebut membuat bisnis tour & travel berkembang dimana-mana di hampir setiap kota-kota di Indonesia usaha ini ada. Banyaknya usaha yang bergerak dibidang jasa tour & travel membuat setiap usaha melakukan startegi untuk mendapat calon jamaah yang ingin pergi hanya untuk umroh atau haji atau keduanya. Bisnis disebut sukses jika berhasil mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan (Raza *et al.*, 2012). Oleh karena itu, suatu perusahaan harus merencanakan strategi yang efektif untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan, salah satunya dengan menciptakan kepuasan pelanggan.

Menurut (Kotler, 2012) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspetasi mereka. Apabila pelayanan yang didapatkan jamaah umroh dan haji sesuai dengan harapan yang diinginkan maka jamaah merasa puas. Kepuasan jamaah umroh dan haji berdampak pada jamaah umroh dan haji pada masa yang akan datang. Semakin baik pelayanan yang dapat memberikan kepuasan jamaah, maka semakin baik pula dampaknya untuk Be Travel. Pelanggan yang puas akan menggunakan jasa/layanan secara terus menerus dan selanjutnya akan berbagi pengalaman yang memuaskan kepada pelanggan lain.

Dalam rangka memberikan kepuasan pada pelanggan, perusahaan perlu memberikan produk/jasa yang bernilai “tinggi” kepada konsumen. Keberhasilan suatu produk dan jasa ataupun usaha ditentukan dengan seberapa tinggi nilai suatu produk dan jasa tersebut di mata konsumen. Semakin tinggi nilai suatu produk dan jasa maka, konsumen akan semakin menyukainya dan cenderung akan membeli suatu produk ataupun jasa yang menawarkan nilai yang tinggi tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2012) nilai adalah selisih antara evaluasi pelanggan dari semua manfaat yang dirasakan dan semua biaya yang dikeluarkan. Adapun nilai yang dipersepsikan adalah persepsi seorang pelanggan terhadap nilai atas kualitas produk dan jasa yang ditawarkan. Berdasarkan hasil penelitian Rizki Azhar Fahmiansyah (2018) apabila konsumen mempersepsikan nilai suatu produk dan jasa tinggi maka akan mendorong tingkat kepuasan pelanggan.

Kegiatan bisnis harus diyakini tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan pendapatan tetapi juga untuk mendapatkan berkah dari Allah SWT. Ada empat sifat Nabi Muhammad SAW yang dapat dipandang dan diterapkan dalam berbisnis. Sifat – sifat mulia ini adalah shiddiq (kejujuran), fathanah (cerdas), tabliqh (komunikatif) dan amanah (dapat dipercaya). Dalam penelitian ini dilibatkan salah satu sifat – sifat mulia Nabi Muhammad SAW yaitu amanah yang berarti kepercayaan. Konsep amanah dapat diartikan sebagai “kualitas dapat dipercaya” yang menunjukkan bahwa pemilik sifat amanah memiliki tanggungjawab atas kepercayaan yang dipercayakan oleh pihak lain (Chodjim, 2007) dalam (Dina Fitria , 2017)

Amanah dalam penelitian ini berarti kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan di perusahaan yang menyediakan layanan haji dan umrah dalam hal memberikan fasilitas kepada para jamaah. Layanan haji dan umroh yang amanah berarti adanya kepastian pada beberapa hal seperti kepastian tanggal keberangkatan, jenis pesawat, periode perjalanan, rute perjalanan dan hotel. Pengusaha yang baik adalah perusahaan yang dipercaya oleh pelanggan, mitra dan bisnis. Jika perusahaan atau seorang pengusaha menjalankan amanah yang dipercayakan untuk konsumen atau pelanggan maka hasil penelitian Dina mengartikan bahwa amanah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Glock dan Stark (2002) merumuskan religiusitas sebagai komitmen religius yang berhubungan dengan agama atau keyakinan iman, yang dapat dilihat melalui aktivitas atau perilaku individu yang bersangkutan dengan agama atau keyakinan iman yang dianut. Religiusitas diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayata atas agama yang dianutnya. Berdasarkan pengertian tersebut maka religiusitas dalam Islam menyangkut lima hal yakni aqidah, ibadah, amal, akhlak (ihsan) dan pengetahuan. Ibadah menyangkut pelaksanaan hubungan antar manusia dengan Allah seperti menjalankan Sholat, menjalankan ibadah umrah ataupun haji. Dapat dijelaskan bahwa apabila seorang muslim memiliki komitmen religius yang tinggi maka akan berpengaruh terhadap kepuasan dalam menjalankan ibadah.

Berdasarkan uraian – uraian tersebut maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui lebih jauh yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dengan beberapa pertimbangan sebagaimana yang telah dipaparkan di atas inilah maka penulis mengambil judul penelitian “Pengaruh Nilai Yang Dipersepsikan, Amanah dan Komitmen Religius terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa umroh dan haji Be Travel di Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, berikut rumusan masalah penelitian ini:

1. Apakah nilai yang dipersepsikan berpengaruh signifikansi terhadap Kepuasan pelanggan Jasa umroh dan haji Be travel di Surabaya?
2. Apakah amanah berpengaruh signifikansi terhadap Kepuasan pelanggan Jasa umroh dan haji Be travel di Surabaya?
3. Apakah komitmen religius berpengaruh signifikansi terhadap Kepuasan pelanggan Jasa umroh dan haji Be travel di Surabaya?
4. Apakah nilai yang dipersepsikan, amanah, komitmen religius secara simultan berpengaruh signifikansi terhadap Kepuasan pelanggan Jasa umroh dan haji Be travel di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh nilai yang di prsepsikan terhadap Kepuasan pelanggan Jasa umroh dan haji be travel di Surabaya.
2. Untuk menguji signifikan pengaruh amanah terhadap Kepuasan pelanggan Jasa umroh dan haji be travel di Surabaya.

3. Untuk menguji signifikan pengaruh komitmen religius terhadap Kepuasan pelanggan Jasa umroh dan haji be travel di Surabaya.
4. Untuk menguji signifikan pengaruh nilai yang dipersepsikan, amanah, komitmen religius secara simultan berpengaruh signifikansi terhadap Kepuasan pelanggan Jasa umroh dan haji Be travel di Surabaya?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian ini dapat dirasakan oleh beberapa pihak. Yaitu antara lain bagi peneliti, bagi pembaca, dan bagi peneliti selanjutnya. Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini :

1. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini, peneliti diharapkan mampu menganalisis dan mendapatkan pengetahuan serta dapat menerapkan teori – teori yang didapat dari perkuliahan ke dalam kondisi nyata terkait Hal-hal yang terkait dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di biro travel umrah & haji.

2. Bagi Pembaca dan Masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan mengenai Hal-hal yang terkait dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di biro travel umrah & haji.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan apabila terdapat kekurangan dalam penelitian ini maka peneliti selanjutnya dapat

mengkaji lebih dalam mengenai Hal-hal yang terkait dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di biro travel umrah & haji.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika proposal ini terdapat tiga bab yang di dalamnya berisikan sub bab tentang uraian penjelasan yang berkaitan satu sama lainnya. Adapun sistematika penulisan proposal ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menguraikan tentang gambaran subyek penelitian dan analisis data.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.