

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Biro perjalanan haji dan umroh adalah suatu badan usaha penyedia layanan yang memberikan pelayanan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan dunia perjalanan ibadah haji dan umroh. Banyaknya travel yang melaksanakan pemberangkatan haji dan umroh, membuat jamaah harus lebih selektif untuk memilih biro perjalanan haji dan umroh yang terpercaya. Oleh karena itu, perusahaan bersaing secara ketat untuk mendapatkan kepercayaan serta loyalitas jamaah. Banyaknya kasus penipuan yang terjadi pada industri biro perjalanan haji dan umroh belakangan ini membuat turunnya tingkat kepercayaan jamaah kepada biro-biro penyedia layanan perjalanan haji dan umroh.

PT. Arminareka Perdana merupakan salah satu perusahaan jasa perjalanan haji plus dan umroh terbesar No. 1 di Indonesia yang memberangkatkan jamaah umroh dan haji plus terbanyak sejak tahun 2009 sampai dengan 2014 sesuai data Net Sales Garuda Indonesia Airlines dan telah resmi terdaftar di AMPHURI (Asosiasi Penyelenggara Haji dan Umroh Republik Indonesia) dan Kementerian Agama RI. Perusahaan ini mampu bertahan sejak tahun 1990 hingga saat ini. Tentunya untuk sebuah bisnis tidaklah cukup singkat dan mudah dalam mempertahankan bisnisnya, sehingga perlu adanya strategi yang baik dan benar untuk mempertahankan loyalitas jamaah kepada perusahaan ini, pada saat ini banyaknya biro-biro umroh dan haji yang tidak amanah dalam menjalankan usahanya dan menyelewengkan hak-hak dari jamaahnya. Dengan asumsi

masyarakat yang sudah tidak baik terhadap produk-produk yang ditawarkan, maka hal ini membuat perusahaan-perusahaan terus melakukan persaingan untuk mendapatkan kepercayaan dari jamaah tersebut, dengan begitu akan menumbuhkan kembali kepuasan jamaah. Kepuasan jamaah menjadi tujuan penting bagi PT. Arminareka Perdana yang nantinya akan berdampak positif selain bagi perusahaan juga bagi para jamaah tersebut. Tentunya untuk mendapatkan hati para jamaah PT. Arminareka Perdana memiliki strategi yang berbeda dari perusahaan lain, karena meskipun produk yang ditawarkan sama, apabila jamaah tidak merasa puas dengan pelayanan maupun fasilitas yang diberikan hal ini akan sangat berpengaruh pada loyalitas jamaah, selain itu juga kemungkinan besar akan berpaling kepada pesaing.

Belakangan ini PT. Arminareka Perdana mendapati sebuah kasus dimana salah satu pimpinan cabang yang ada di Jawa Tengah tepatnya di Semarang menggelapkan dana dari jamaah umroh dan haji. Sehingga para jamaah yang telah mendaftarkan diri pada kantor cabang tersebut merasa dirugikan. Selain kerugian materiil, jamaah juga dirugikan secara moral karena jelas tidak diberangkatkan pada tanggal yang telah disepakati. Kejadian ini, tentu membuat jamaah maupun calon jamaah yang tidak hanya berada pada Jawa Tengah menjadi lebih berhati-hati serta menurunkan tingkat loyalitas jamaah pada PT. Arminareka Perdana.

Namun, dari kejadian ini PT. Arminareka Perdana menindaklanjuti kasus ini dengan baik dan sigap, sehingga meminimalisir asumsi masyarakat yang buruk terhadap biro ini. Dalam hal ini, PT. Arminareka Perdana terus meningkatkan kualitas layanan terhadap jamaah haji dan umroh dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan jamaah agar terpenuhinya kepuasan emosional dari

jamaah haji dan umroh. Selain itu, juga memberikan fasilitas yang lebih dari biro-biro lain guna menumbuhkan kembali kepercayaan jamaah serta jamaah menjadi loyal. Terbukti pada tabel dibawah ini bahwa PT. Arminareka Perdana terus memperbaiki kinerjanya untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

Adapun fasilitas yang dimiliki oleh PT. Arminareka Perdana tentu memiliki ciri khas tersendiri bila dibandingkan dengan pesaing. Contoh dari salah satu kompetitor perusahaan biro perjalanan umroh haji yang dapat dibandingkan dengan PT. Arminareka Perdana yaitu Shafira Tour and Travel, dengan memiliki harga yang lebih terjangkau dan fasilitas yang hampir sama dibandingkan dengan Arminareka Perdana membuat Shafira Tour and Travel sebagai pesaing yang ketat bagi Arminareka Perdana di Surabaya. Walaupun, fasilitas yang dimiliki hampir sama, namun tentu ada perbedaan khas dari kedua perusahaan tersebut. Fasilitas yang dimiliki oleh PT. Arminareka Perdana dan tidak dimiliki oleh Shafira Tour and Travel adalah pelatihan untuk *Tour Leader*, yang mana *tour leader* ini bertugas sebagai pemandu jamaah-jamaah yang melaksanakan ibadah umroh maupun haji. Sehingga *tour leader* diambil dari jamaah umroh yang sudah senior, dengan tujuan bahwa lebih terorganisir untuk membimbing serta melayani jamaah umroh PT. Arminareka Perdana. Hal ini tentunya berkaitan dengan kenyamanan serta keamanan yang disediakan oleh PT. Arminareka Perdana untuk jamaah serta calon jamaahnya. Berikut tabel data jamaah PT. Arminareka Perdana.

Tabel 1.1
DATA JAMAAH
PT. ARMINAREKA PERDANA

Tahun	2015	2016	2017	2018
Jumlah Jamaah Umroh	1.500	3.500	6.440	8.000

Sumber : Intern perusahaan, diolah

Data diatas 1 tahunnya dihitung per Desember–Juni, yang mana keberangkatan umroh yang paling banyak dipilih oleh jamaah yaitu pada bulan Desember dan April, karena pada bulan tersebut memiliki cuaca yang sesuai dengan suhu badan masyarakat Indonesia. Namun selain pada bulan tersebut tetap ada keberangkatan di bulan-bulan lain.

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa pada tahun 2016 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya. Hal tersebut disebabkan karena banyaknya jamaah yang merasa puas dengan layanan dan fasilitas yang diberikan sehingga menimbulkan kepuasan emosional konsumen. Selain itu, pihak perusahaan juga menawarkan “kemitraan” yang mana merupakan salah satu fasilitas yang diberikan oleh PT. Arminareka Perdana. Kemitraan yang dimaksudkan adalah jamaah yang sudah mendaftarkan diri dapat menjalankan hak usaha serta bagi hasil yang didapatkan dari perusahaan ketika jamaah mampu menjual voucher umroh kepada calon jamaah umroh dan haji yang akan mendaftarkan diri. Hal ini bertujuan membuat jamaah umroh lebih loyal kepada perusahaan. Perusahaan menggunakan fasilitas tersebut untuk menarik calon jamaah lebih banyak lagi, karena yang menawarkan voucher umroh dan haji adalah jamaah yang memberikan testimoni langsung kepada calon jamaah umroh dan haji yang akan mendaftar. Sehingga membuat tingkat kepercayaan calon jamaah menjadi semakin yakin akan biro

tersebut dan tentunya akan menjadi loyalitas jamaah umroh dan haji PT. Arminareka Perdana.

Kualitas layanan dapat memberikan suatu dorongan kepada jamaah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan, dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka dengan demikian perusahaan dapat mencapai tujuan, yaitu loyalitas jamaah. Kepuasan emosional juga memberikan dampak bagi loyalitas jamaah, jamaah yang merasa puas, mereka akan cenderung merasa senang sehingga lebih sering menggunakan barang/jasa dari perusahaan tersebut, bahkan seiring berjalannya waktu efek dari kepuasan emosional yang mereka alami dapat menjadi testimoni untuk calon jamaah lainnya. Sebaliknya ketika jamaah merasa tidak puas, jamaah akan enggan untuk menggunakan lagi barang/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Para jamaah akan cenderung untuk mencari perusahaan lain yang mereka anggap akan memberikan kepuasan yang seperti jamaah harapkan. Kepuasan jamaah adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Sehingga pentingnya menjaga kepuasan jamaah yaitu supaya jamaah loyal sehingga dapat melakukan pembelian ulang pada perusahaan yang membuat jamaah tersebut merasa puas, selain itu juga para jamaah dapat menceritakan pengalaman tersebut kepada calon jamaah yang lain, hal ini dapat menambah hal-hal positif bagi PT. Arminareka Perdana. Akan berbeda jika perusahaan tersebut tidak dapat memberikan kepuasan terhadap jamaah, maka akan berakibat berhentinya pembelian ulang atau dapat juga terjadi hal-hal negatif lainnya.

Komunikasi merupakan faktor penting untuk mempengaruhi dan meyakinkan produk yang sedang ditawarkan kepada jamaah. Komunikasi yang terjalin dengan baik seperti menginformasikan terkait testimoni jamaah PT. Arminareka Perdana kepada calon jamaahnya akan mempengaruhi persepsi calon jamaah. Hal ini sangat penting, karena apabila salah mengkomunikasikan produk yang ditawarkan, maka akan terjadi banyak hal yang negatif yang tentunya akan mempengaruhi loyalitas konsumen.

Kepercayaan merupakan faktor penting pada perilaku konsumen sebelum dan setelah melakukan transaksi serta mengakibatkan loyalitas jangka panjang. Kepercayaan konsumen telah meningkat ketika mereka percaya bahwa layanan yang diberikan dapat dipercaya, dan keyakinan tersebut dapat berasal dari pengalaman yang telah terjadi.

Pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa, khususnya jasa perjalanan umroh dan haji plus ini adalah suatu sarana untuk menciptakan kualitas layanan, komunikasi, kepercayaan konsumen, sehingga sangat diperlukan loyalitas jamaah. PT. Arminareka Perdana adalah salah satu perusahaan jasa perjalanan haji plus dan umroh dari biro-biro lain yang berdiri di Indonesia, dengan memberikan pelayanan perjalanan umroh dan haji mengutamakan fasilitas, keamanan, kenyamanan sehingga diminati banyak masyarakat dan pelayanan yang memuaskan sehingga dipercaya masyarakat sehingga dapat memberangkat masyarakat terbesar di Indonesia. Kepuasan konsumen menjadi tujuan penting bagi PT. Arminareka Perdana yang nantinya tidak hanya berdampak positif bagi perusahaan tersebut, tetapi juga akan berdampak positif bagi para konsumen.

Berdasarkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas jamaah dan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, maka saat ini peneliti akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan loyalitas jamaah dengan judul ***“Pengaruh Kualitas Layanan, Komunikasi, Kepercayaan dan Kepuasan Emosional terhadap Loyalitas Jamaah pada Biro Perjalanan Umroh dan Haji Plus PT. Arminareka Perdana”***.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan emosional jamaah umroh PT. Arminareka Perdana?
2. Apakah kepuasan emosional berpengaruh signifikan terhadap loyalitas jamaah umroh PT. Arminareka Perdana?
3. Apakah komunikasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas jamaah umroh PT. Arminareka Perdana?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas jamaah umroh PT. Arminareka Perdana?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan utama dari penelitian ini yang ingin dicapai oleh peneliti adalah:

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan emosional pada PT. Arminareka Perdana.
2. Untuk menguji signifikansi pengaruh kepuasan emosional terhadap loyalitas jamaah pada PT. Arminareka Perdana.

3. Untuk menguji signifikansi pengaruh komunikasi terhadap loyalitas jamaah pada PT. Arminareka Perdana.
4. Untuk menguji signifikansi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas jamaah pada PT. Arminareka Perdana.

1.4. Manfaat Penelitian

Penyusunan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti untuk memahami dan mengetahui aspek-aspek yang dapat mempengaruhi loyalitas jamaah.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan mengenai pengaruh kualitas layanan, komunikasi dan kepercayaan terhadap loyalitas jamaah PT. Arminareka Perdana.

3. Bagi Pembaca

Memberikan informasi dalam bidang pemasaran bahwa loyalitas jamaah dipengaruhi oleh kualitas layanan, komunikasi dan kepercayaan.

4. Bagi STIE PERBANAS

Memberikan tambahan ilmu dan wawasan yang luas dalam bidang pemasaran khususnya kualitas layanan, komunikasi dan kepercayaan.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan penelitian ini, disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang penelitian terdahulu, landasan teori mengenai definisi yang berkaitan dengan penulisan penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan untuk memecahkan masalah.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum subyek penelitian serta analisis data yang meliputi analisis deskriptif dan analisis statistik, serta pembahasan atas hasil penelitian yang telah dianalisis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan penelitian yang berisi jawaban atas rumusan masalah dan pembuktian hipotesis, keterbatasan penelitian, dan saran sebagai pihak terkait maupun peneliti berikutnya.