

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Persaingan dunia usaha travel umrah dan haji menunjukkan bahwa adanya persaingan yang semakin ketat. Oleh sebab itu menuntut setiap perusahaan travel umrah dan haji harus mampu menyediakan barang-barang atau jasa kepada konsumen dalam kualitas yang baik dan pelayanan yang baik pula.

Haji dan umrah merupakan salah satu ibadah yang diwajibkan bagi setiap umat muslim yang mampu. Kewajiban ini merupakan rukun Islam yang kelima. Karena haji merupakan kewajiban, maka apabila orang yang mampu tidak melaksanakannya maka berdosa dan apabila melaksanakannya mendapat pahala. Sedangkan makna haji bagi umat Islam merupakan respon terhadap panggilan Allah SWT. Haji dan umrah hanya diwajibkan sekali seumur hidup, ini berarti jika seseorang telah melaksanakannya yang pertama, maka selesailah kewajibannya. Untuk yang kedua, ketiga dan seterusnya hanyalah sunnah.

Hukum ibadah umrah ini masih terjadi perbedaan pendapat. sebagian ulama mengatakan wajib dan sebagian yang lain mengatakan sunnah. Jika disimpulkan dari argumen para ulama, umrah yang memiliki hukum wajib adalah umrah yang dilakukan bersama hajinya dan umrah yang tidak dilaksanakan berkaitan dengan haji hukumnya sunnah.

Haji pada hakikatnya merupakan sarana dan media bagi umat Islam untuk melaksanakan ibadah ke Baitullah dan Tanah Suci setiap tahun. Karena setiap tahun sebagian umat muslim dari seluruh dunia datang untuk menunaikan ibadah haji. Adapun ibadah umrah pada hakikatnya menjadi sarana dan media bagi umat muslim untuk beribadah ke tanah suci setiap saat dan waktu. Karena pada saat itu umat muslim datang dan berziarah ke Ka'bah untuk melakukan ibadah dan mendekatkan diri kepada Allah SWT. Tidak hanya pada tahun saat haji, akan tetapi pada setiap saat, ketika orang melaksanakan ibadah umrah.

Pada dasarnya, tujuan pokok pada perjalanan haji dan umrah ada tiga hal, yaitu:

1. Mengerjakan haji, hukumnya wajib bagi yang mampu dan hanya sekali seumur hidup. Adapun selebihnya itu sunnah. Mengerjakan ibadah haji hanya bisa dikerjakan pada musim haji, sedangkan ibadah umrah bisa dikerjakan pada setiap waktu yang tidak terbatas.
2. Mengerjakan umrah, mengerjakan ibadah haji dan umrah terdapat perbedaan dan persamaan dalam waktu dan pelaksanaannya.

3. Melakukan ziarah, hukumnya sunnah. Ziarah yang dimaksudkan adalah ketempat-tempat, baik di Jeddah, Mekkah, Madinah dan tempat-tempat lain yang bersejarah.

Haji sebagai salah satu rukun islam yang mewajibkan kita untuk menunaikannya jika mampu, tetapi karena keterbatasan kuota untuk menunaikan ibadah haji ke Tanah Suci maka tidak memungkinkan kita untuk bersegera menunaikannya. Umrah menjadi sebuah alternative perjalanan ibadah ke Tanah Suci walaupun tidak menggugurkan kewajiban haji. Kita sebagai umat muslim memiliki kewajiban untuk melaksanakan atau menunaikan ibadah haji dan umrah tersebut. Akan tetapi dalam karya tulis ini penulis hanya akan membahas pada ibadah umrah.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan objek penelitian sebuah Tour dan Travel di kawasan Surabaya bagian Timur, tepatnya di The Royal Park Residence R-22 Gunung Anyar Tambak Surabaya. Peneliti sengaja memilih objek penelitian di PT. Sebaraiz Warna Berkah Surabaya dikarenakan adanya hal yang menarik dibanding Tour dan Travel lain yaitu memiliki harga yang lebih mahal dan belum pernah ada peneliti lain yang menelitinya.

Biro perjalanan umrah PT. Sebaraiz Warna Berkah Surabaya merupakan salah satu biro perjalanan umrah yang baru saja memberikan pelayanan pelaksanaan umrah yang amanah dengan standar pemasaran yang ditetapkan oleh perusahaan. PT. Sebaraiz Warna Berkah Surabaya tidak hanya melayani perjalanan ibadah umrah, tapi juga siap memandu berwisata kemanapun yang konsumen inginkan, baik domestik maupun internasional. Perusahaan yang memiliki standar pemasaran yang baik dan selalu mengutamakan penggunaan komunikasi yang mudah dipahami serta manajemen pemasaran yang jelas akan selalu memiliki nilai lebih dibanding perusahaan lain.

Saat ini penawaran biro jasa wisata umrah semakin meningkat dengan munculnya perusahaan-perusahaan baru yang menyajikan berbagai macam jenis penawaran yang sangat menarik, akan tetapi dalam proses pemasarannya yang tidak maksimal dan tidak memberikan nilai kepuasan kepada pelanggan atau *customernya*. Sehingga banyak sekali para Jemaah yang dikecewakan dengan hal tersebut. Bahkan banyak sekali dijumpai dimedia berita tentang terlantarnya jemaah umrah, kaburnya dan menghilangnya pimpinan biro jasa umrah, penipuan pemberangkatan dengan penawaran harga murah dan lain sebagainya.

Dengan demikian keselarasan antara standar pemasaran prosedur perusahaan dengan kegiatan yang dikerjakan atau dilaksanakan dilapangan harus searah, karena hal ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan *customer*.

Kegiatan ibadah umrah mempunyai banyak proses prosedur yang harus diperhatikan dan dipersiapkan, seperti biaya transportasi, pengurusan dokumen, dan penyediaan perlengkapan ibadah. Adapun dalam proses pelaksanaannya memiliki

standar operasional selama ibadah umrah ditanah suci adalah akomodasi, hotel, transportasi selama pelaksanaan ibadah, konsumsi, kesehatan, pendamping atau *Tour Leader* selama pelaksanaan kegiatan ibadah, serta Mutawif atau pembimbing ibadah umrah dan sampai pada proses kepulangan ke Tanah Air.

Masalah inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang prosedur pemasaran jemaah umrah yang digunakan di PT. Sebariz Warna Berkah Surabaya dalam menghasilkan *output* yang baik, sehingga bisa menarik minat konsumen untuk selalu menggunakan jasa pelayanannya.

Dalam penelitian ini, peneliti hanya memfokuskan pada manajemen pemasaran jemaah umrah di PT. Sebariz Warna Berkah Surabaya dengan tujuan untuk merencanakan dan melihat masa depan perusahaan dengan perubahan-perubahan yang terjadi dilingkungan perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk membahas permasalahan tersebut dalam laporan akhir dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA TRAVEL UMRAH DAN HAJI PADA PT.SEBARIZ WARNA BERKAH DI SURABAYA”. Sistem yang baik dan pelaksanaan yang maksimal akan selalu memberikan nilai tambah terhadap kelangsungan perusahaan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian pada latar belakang tersebut, maka dirumuskan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa travel umrah dan haji pada PT.Sebariz Warna Berkah di Surabaya ?
2. Apakah persepsi harga secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa travel umrah dan haji pada PT.Sebariz Warna Berkah di Surabaya ?
3. Apakah kepercayaan secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa travel umrah dan haji pada PT.Sebariz Warna Berkah di Surabaya ?
4. Apakah kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepercayaan memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen jasa travel umrah dan haji pada PT.Sebariz Warna Berkah di Surabaya ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk membuktikan dan menganalisis kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen jasa travel umrah dan haji pada PT.Sebariz Warna Berkah di Surabaya.
2. Untuk membuktikan dan menganalisis persepsi harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen jasa travel umrah dan haji pada PT.Sebariz Warna Berkah di Surabaya.
3. Untuk membuktikan dan menganalisis kepercayaan secara parsial terhadap kepuasan konsumen jasa travel umrah dan haji pada PT.Sebariz Warna Berkah di Surabaya.
4. Untuk membuktikan dan menganalisis secara bersama-sama kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen jasa travel umrah dan haji pada PT.Sebariz Warna Berkah di Surabaya.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat bagi ilmu pengetahuan**

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan bisa memberikan tambahan sumbangsih pemikiran terhadap perkembangan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.

#### **2. Manfaat bagi perusahaan**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategi yang harus dilakukan perusahaan jasa untuk meningkatkan pelayanan (service) kepada konsumen serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan yang akan dikeluarkan.

#### **3. Manfaat bagi penulis**

Di harapkan penulis dapat memahami penerapan dan pengaplikasian teori yang didapatkan di perkuliahan, melatih diri untuk menganalisis, memecahkan masalah, dan dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut. Khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen.