

BAB 1 PENDAHULUAN

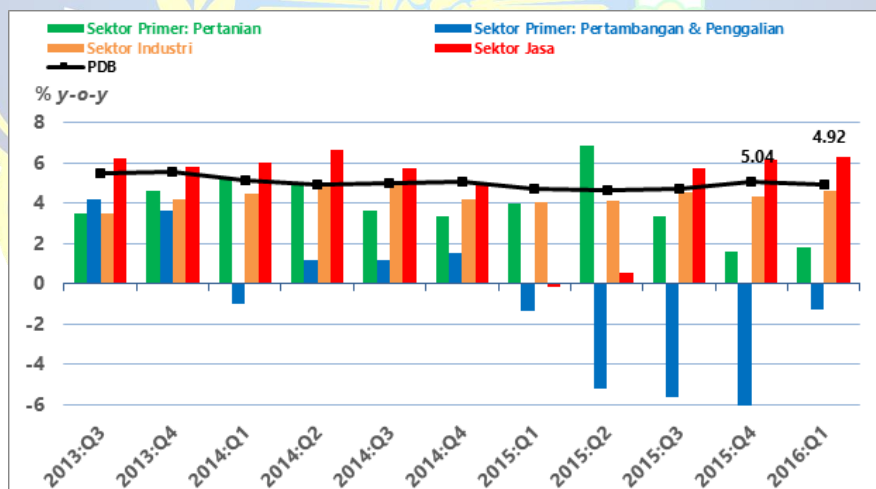
1.1 Latar Belakang

Badan Pusat Statistik mencatat pertumbuhan ekonomi di Indonesia sepanjang 2018 mencapai 5,17 persen. Angka ini menjadi salah satu pencapaian tertinggi pertumbuhan ekonomi di Indonesia, penopang utama pertumbuhan ekonomi adalah bisnis di sektor jasa atau sektor *non-tradable*, ada beberapa sektor jasa yang tumbuh di atas pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). Faktor ini juga menjadi salah satu kunci pertumbuhan PDB untuk bisa lebih tinggi dari tahun sebelumnya.

Pada era globalisasi saat ini bisnis dibidang jasa telah mengalami peningkatan secara signifikan dibanding sebelumnya, kompetisi bisnis juga semakin ketat, seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi akan barang-barang selain kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, rumah dan lain sebagainya akan juga semakin meningkat. Hal ini merupakan kemajuan yang luar biasa dalam dunia jasa.

Berikut adalah grafik pertumbuhan sektor jasa di Indonesia dari tahun 2013-2016 :

Tabel 1.1 Grafik Pertumbuhan Sektor Jasa Indonesia



Sumber : Data BPS dan CEIC.

Sejalan dengan perkembangan dunia usaha di Indonesia, perkembangan sektor jasa khususnya biro perjalanan Umrah dan Haji semakin berkembang dengan baik, kondisi ini menciptakan sebuah peluang usaha travel pemberangkatan umrah semakin prospektif. Ibadah unrah merupakan ibadah yang dalam pelaksanaanya tidak ditangani langsung oleh pemerintah, sehingga hal ini yang dimanfaatkan oleh para biro perjalanan swasta yaitu dengan menyelenggarakan program umrah dengan menyediakan fasilitas demi kenyamanan jamaah umrah.

Seiring meningkatnya pertumbuhan bisnis biro jasa umrah dewasa ini, bisnis bukan lagi sekedar bisnis menjual jasa tetapi sudah sampai pada tahap kenyamanan. Persaingan yang dirasakan juga akan semakin ketat untuk mencari jamaah, pada tahun 2016 jumlah jamaah umrah di Indonesia berjumlah 280.000 jamaah (jurnalhaji.com), kuantitas ini tentunya membuat jumlah perusahaan travel umrah di Indonesia akan terus bertambah. Saat ini saja, di Indonesia sudah ada sekitar 400 perusahaan biro travel umrah baik yang sudah mengantongi izin Kementerian Agama maupun yang belum berizin Kemenag (Manasik.com).

Menurut Kotler (2012) kualitas pelayanan diartikan sebagai keseluruhan ciri dari barang dan jasa yang mempengaruhi pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan. Sedangkan menurut (Tjiptono,2018) kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan dipandang sebagai satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan pelanggan baru dan dapat mengurangi pelanggan lama beralih pada perusahaan lain.

Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Dimana hal ini fisik produk biasanya ditunjang dengan berbagai macam inisial produk. Adapun inti produk yang dimaksud biasanya merupakan jasa tertentu. Menurut Gronroos (dalam Ratminto 2012) pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Kualitas layanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dengan layanan yang diterima, apabila layanan yang diterima dirasa memuaskan dan baik maka dapat terbenruk pelanggan yang loyalitas. Penentuan kepuasan pelanggan, yaitu, *expectations* dan *preseived performance*, jika *perceived performance* melebihi dari *expectations* maka pelanggan akan puas, tetapi apabila sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas.

Pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan jamaah adalah memiliki karyawan yang profesional, sarana prasana yang baik, dan mampu melayani secara cepat dan tepat serta mampu bertanggung jawab kepada jamaah dari awal hingga selesai, salah satu wadah yang selalu siap melayani jamaah haji dan umrah adalah biro perjalanan haji dan umrah atau travel, pada saat ini pula banyak bermunculan biro-biro penyelenggara bimbingan jamaah yang menimbulkan persaingan antara satu dengan yang lainnya.

Kepuasan konsumen dapat dijadikan sebagai pencapaian harapan dari sebuah perusahaan dalam memberikan suatu bentuk pelayanan terhadap konsumennya. Kepuasan konsumen terhadap suatu jasa ditentukan oleh kebutuhan konsumen sebelum menggunakan jasa dibandingkan dengan hasil persepsi konsumen (Arif, 2007). Persepsi dari konsumen akan mempengaruhi kepuasan yang dapat diperolehnya. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja dan harapan-harapannya (Kotler, 2011:143), perasaan tersebut ketika konsumen sudah terpenuhi segala bentuk harapannya.

Untuk mengukur suatu tingkat kepuasan konsumen terhadap produk jasa perlu dilakukan suatu analisis kualitas pelayanan yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dengan perbandingan antara tingkat kepentingan (*Important*) dengan kinerja (*Performance*) pelayanan. Salah satu alat analisa yang dapat digunakan yakni *Important Performance Satisfaction* (IPA). IPA adalah metode yang digunakan untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. IPA merupakan teknik yang tepat untuk mengukur tingkat kepentingan (*important*) konsumen dengan kinerja (*performance*). Hasil dari IPA digambarkan pada diagram kartesius dengan empat kuadran, sehingga dapat diketahui sejauh mana tingkat perbaikan yang diinginkan oleh konsumen terhadap layanan yang peroleh. Kualitas pelayanan ini ditentukan oleh beberapa dimensi, hal ini dapat diuraikan ke dalam atribut-atribut penyusun dimensi tersebut, dengan mengetahui dimensi kualitas pelayanan apa saja dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, dalam model penelitian Zeithaml (2000) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati), *tangible* (bukti fisik), *product quality* (kualitas produk), dan *price* (harga).

Penelitian sebelumnya menurut Widodo (2018) dengan menggunakan alat analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) hasil akhir yang diperoleh 62,81% yang berarti konsumen puas atas kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Sedangkan menurut hasil penelitian terdahulu dari Siti Noor Hidayati (2015) dengan menggunakan alat analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Important Performance Analysis* (IPA) mayoritas pelanggan puas dengan layanan yang diberikan tetapi belum maksimal, hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian tingkat

kepuasan pelanggan diperoleh 53,7% hasil ini dianggap ada beberapa atribut kualitas layanan yang diberikan masih belum maksimal.

Berdasarkan penelitian Vera Devani (2016) dengan menggunakan alat CSI dan IPA diperoleh hasil 70.44% yang menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen telah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, namun perusahaan harus lebih meningkatkan pelayanan karena pada kualitas pelayanan merupakan prioritas utama dalam perbaikan. Menurut penelitian terdahulu dari Yuliah (2015) dengan menggunakan alat analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Important Performance Analysis* (IPA) mendapatkan hasil pada metode IPA memiliki dua atribut kualitas pelayanan yang masuk ke kuadran 1, itu berarti ada dua atribut yang harus diprioritaskan untuk diperbaiki karena kinerja atribut pelayanan tidak memuaskan konsumen dan metode CSI menunjukkan bahwa secara keseluruhan tingkat kepuasan pelanggan yaitu sebesar 68,45% itu berarti bahwa mayoritas pelanggan puas dengan kinerja kualitas layanan smartfren.

Berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu tersebut, bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan sangat berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan metode *Important Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) . Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dengan objek yang berbeda yaitu dengan menggunakan objek perusahaan jasa.

Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah PT.Relasi Laksana Wisata Jember yang berlokasi di Jalan Doho 88 Cluster 02 Kabupaten Jember yang merupakan cabang dari perusahaan di Surabaya Jalan Ahmad Yani No.151, Margorejo Kecamatan Wonocolo Surabaya. Salah satu lembaga swasta yang bergerak dibidang pariwisata khusus perjalanan haji dan umrah. Yang mencoba membantu memperlancar pelaksanaan ibadah jamaah di Indonesia khususnya di Jember guna melakukan pelayanan yang sesuai standar pelayanan haji dan umrah yang telah diatur undang-undang tentang ibadah haji dan umrah. PT.Relasi Laksana Wisata Jember adalah biro perjalanan jamaah umrah yang telah memiliki izin resmi dari Kementerian Agama (PPIU NO.605 Th.2016) untuk pemberangkatan haji dan umrah. Dengan adanya PT.Relasi Laksana Wisata Jember yang telah hadir maka akan sangat membantu bagi para calon jamaah haji maupun umrah yang berada disekitar wilayah Jember.

Berikut ini adalah data jamaah umrah sejak tahun 2015 :

Tabel 1.2 Data Jamaah Umrah Sejak Tahun 2015

No	Tahun	Jumlah jamaah/orang
1	2015	20
2	2016	35
3	2017	25
4	2018	50
5	2019	40

Sumber : PT.Relasi Laksana Wisata Jember

Berdasarkan data Tabel 1.2 diatas dapat disimpulkan bahwa dari tahun 2015 hingga tahun 2019 mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak signifikan, titik perkembangan terjadi pada tahun 2018 dimana jumlah jamaah umrah pada PT.Relasi Laksana Wisata Jember sebanyak 50 jamaah, maka sangat diperlukan strategi untuk tetap mempertahankan jumlah jamaah atau meningkatkan jumlah jamaah tiap tahunnya. Salah satu strategi yang dapat dilakukan dalam meningkatkan jumlah jamaah adalah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan. Ketika kualitas pelayanan yang diberikan maksimal maka akan menimbulkan kepuasan bagi pelanggan.

Penulis tertarik melakukan penelitian ini dikarenakan penulis ingin mengetahui kepuasan konsumen atau pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh PT.Relasi Laksana Wisata serta atribut apa saja yang dirasa penting dan perlu ditingkatkan untuk memperbaiki tingkat kinerja pelayanan serta untuk meningkatkan jumlah jamaah di PT.Relasi Laksana Wisata Jember. Obyek penelitian ini untuk melengkapi temuan penelitian terdahulu dengan menguji kima dimensi kualitas layanan (*tangible, realibility, responsiveness, assurance, dan emphaty*).

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan yang disediakan oleh PT.Relasi Laksana Wisata Jember serta atribut pelayanan apa saja yang perlu diperbaiki dengan menggunakan alat analisis IPA ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah :

1. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan yang disediakan oleh PT.Relasi Laksana Wisata Jember serta atribut pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan dengan menggunakan alat analisis IPA.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya :

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian dapat dijadikan tambahan informasi dan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi mengenai pemasaran khususnya bidang kualitas layanan dan kepuasan pelanggan serta dapat mengatasi masalah yang berhubungan.

3. Bagi Pihak Lain

Untuk dijadikan referensi atau bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah pengelolaan pelayanan yang baik dan kepuasan pelanggan.

