

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Masyarakat Indonesia yang merupakan mayoritas muslim dan menjadi Negara berpenduduk Islam terbesar di dunia, maka sebagai masyarakat muslim wajiblah melaksanakan rukun Islam, salah satunya adalah rukun Islam yang terakhir yaitu melaksanakan ibadah haji.

Haji merupakan rukun Islam yang kelima dan merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan bagi seorang muslim yang mampu, sebagaimana telah digariskan dan ditetapkan dalam Al-Qur'an, dan Al-Hadits. Sebagaimana firman Allah "Di sana terdapat tanda-tanda yang jelas, (di antaranya) maqam Ibrahim. Barang siapa memasukinya (Baitullah) amanlah dia. Dan (di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, yaitu bagi orang-orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Barang siapa mengingkari (kewajiban) haji, maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam. QS. Ali-Imran/3 : 97. (AL Qur'an, AL Fatih : 62)

Dikarenakan daftar tunggu untuk haji regular yang mencapai 15 tahun, serta haji plus yang sekitar 7 tahun. Maka mayoritas masyarakat memilih untuk menjalankan ibadah umrah yang waktu pelaksanaannya lebih fleksibel, tergantung jadwal yang kita inginkan dan sesuai dengan jadwal yang dibuat oleh pihak travel. Dan dalam hadits dijelaskan "Ibadah umrah ke ibadah umrah berikutnya adalah penghapus (dosa)

di antara keduanya, dan haji yang mabrur tiada balasan (baginya) selain surga” (***HR al-Bukhari dan Muslim*** ). (Moh. Syamsi Hasan, Hadis-hadis Populer Shahih Bukhari & Muslim : 380)

Setiap tahunnya Masjidil Haram dipenuhi jutaan jama'ah haji dan setiap hari jama'ah umrah dari berbagai Negara, tak terkecuali dari Indonesia yang selalu menjadi Negara pemberangkat jama'ah haji dan umrah terbanyak setiap tahunnya, kurang lebih 150.000 sampai 300.000 jamaah haji dan jutaan jama'ah umrah Indonesia memenuhi Arab Saudi, sehingga Indonesia menjadi Negara yang beberapa tahun terakhir mendapat tambahan kuota jamaah haji yang signifikan, yaitu 10.000.

Kementerian Agama sebagai pelaksana dan penanggung jawab pelaksanaan ibadah haji dan umrah di Indonesia sudah menjadi tugas pokok Kementerian Agama untuk memastikan masyarakat Indonesia yang mendaftar sebagai jamaah haji dan umrah pasti keberangkatannya dan pasti kepulangannya serta mematuhi dengan jelas jadwal keberangkatan dan menjamin keamanan dan keselamatan jamaah haji dan umrah Indonesia selama prosesn melaksanakan ibadah haji dan umrah kecuali terjadi bencana alam.

Selain Kementerian Agama sebagai pelaksana dan penanggung jawab pelaksanaan ibadah haji dan umrah, terdapat pula beberapa travel-travel yang menyediakan jasa perjalanan ibadah haji khusus dan umrah yang telah mendapat izin dari kementerian Agama

untuk menjadi pelaksana haji khusus dan umrah dan mematuhi segala aturan-aturan yang berlaku termasuk UU RI no. 13 tahun 2008 tentang penyelenggaraan haji dan umrah dan peraturan-peraturan Menteri Agama tentang pelaksanaan haji dan umrah, namun dalam pelaksanaannya tak sedikit pula travel-travel yang mengantongi izin dari Menteri Agama ini melakukan hal yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan maupun peraturan pemerintah.

Pelaksanaan haji dan umrah menggunakan jasa travel saat ini telah menjadi pilihan banyak masyarakat utamanya masyarakat yang berpenghasilan lebih atau memiliki kelebihan harta karena dengan menggunakan jasa travel untuk menunaikan ibadah haji dan umrah mereka dapat mempercepat jadwal pemberangkatan ketimbang harus mendaftarkan mengikuti jadwal yang ditentukan oleh kementerian Agama untuk ibadah haji regular, bahkan di Jakarta saja daftar tunggu sudah mencapai 15 tahun lamanya.

Di satu sisi tentunya akan memberikan keuntungan bagi travel dengan memberikan tawaran dengan harga paket umrah yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan konsumen. Akan tetapi tidak sedikit travel yang hanya memikirkan keuntungan saja tanpa melihat kualitas serta kepuasan dari konsumennya, dan pada akhirnya muncul banyak kasus jama'ah yang tidak dapat berangkat ke tanah suci.

Oleh karena itu konsumen dituntut lebih selektif dalam memilih travel yang akan dipercaya untuk membantu mereka berangkat ke

tanah suci. Konsumen harus memastikan bahwa travel tersebut memiliki izin, jadwal penerbangan dan pemberangkatannya jelas, program layanan yang disampaikan jelas, memastikan hotel yang digunakan, dan yang paling utama adalah biaya yang ditawarkan masuk akal.

PT. NADZ GLOBAL MULIA merupakan salah satu perusahaan jasa yang berada dibawah pengawasan Kementerian Agama Republik Indonesia, khususnya haji dan umrah. PT. NADZ GLOBAL MULIA didirikan untuk membantu masyarakat dalam melaksanakan ibadah haji khusus dan umrah dengan aman dan nyaman, serta kualitas yang prima dan harga yang lebih rendah dibanding dengan travel yang lain. *Konsumen* dalam PT. NADZ GLOBAL MULIA biasa disebut juga dengan sebutan jama'ah.

PT. NADZ GLOBAL MULIA selalu mengutamakan kualitas pelayanan dalam segala aktifitasnya, karena setiap perusahaan dibidang travel pada umumnya sama, hanya yang membedakan adalah fasilitas dan pelayanan. Pelayanan yang di utamakan adalah hubungan yang terjalin baik dengan konsumen yang telah menggunakan jasa PT. NADZ GLOBAL MULIA.

PT. NADZ GLOBAL MULIA tidak hanya menjalin hubungan dengan konsumennya sebatas hanya pada saat konsumen tersebut menggunakan jasa perusahaan, melainkan setelah berakhir perjalanan

umrah tersebut, perusahaan tetap menjalin hubungan dan komunikasi yang lebih baik lagi dengan para konsumennya.

Tidak hanya itu, PT. NADZ GLOBAL MULIA selalu mengutamakan fasilitas terbaik baik dari segi transportasi, hotel dan pembimbing umrah. Dari segi transportasi, maskapai yang digunakan adalah Saudi Arabian Airlines. Untuk hotel yang dipilih merupakan hotel yang berada dikawasan dekat dengan Masjid Nabawi dan Masjidil Haram atau biasa disebut kawasan Ring 1 (satu). Pembimbing/petugas yang ditunjuk adalah merupakan pembimbing yang bersertifikat dan berpengalaman, serta memiliki ilmu yang luas yaitu Habib Abdurrahman bin Ahmad Assegaf LC (Pimpinan Majelis Ta'lim Nurul Fajri).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di PT. NADZ GLOBAL MULIA selama bulan Pebruari, peneliti mendapatkan informasi mengenai harga paket umrah dari beberapa perusahaan travel. Harga mulai dari Rp. 14.900.000 (empat belas juta Sembilan ratus ribu rupiah), sampai dengan harga Rp. 31.000.000 (tiga puluh satu juta rupiah), serta informasi mengenai standar harga yang ditetapkan oleh Kementerian Agama sebesar Rp. 20.000.000 (dua puluh juta rupiah). Dengan perbedaan harga tersebut, sehingga pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan travel menjadi berbeda, sesuai dengan biaya yang mereka keluarkan.

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan/kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Menurut **Fandy Tjiptono (2012:157)** mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Akhir-akhir ini muncul banyaknya kasus-kasus Jama'ah yang tidak dapat berangkat ke tanah suci dikarenakan penyalahgunaan uang setoran umrah mereka oleh pemilik, atau oleh agen-agen travel yang tidak bertanggungjawab. Dengan munculnya kasus-kasus jama'ah yang gagal berangkat, mempengaruhi tingkat penilaian masyarakat tentang travel. Sehingga citra travel di mata masyarakat sedikit menurun.

Dengan adanya kasus tersebut perusahaan-perusahaan travel dituntut untuk meningkatkan citranya di masyarakat. Citra yang dimaksud adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan. Setiap perusahaan mempunyai citra, sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Citra perusahaan datang dari konsumen/pelanggan perusahaan, konsumen potensial dan pihak-pihak lain yang memiliki kepedulian terhadap perusahaan tersebut. **Shirley Harrison (2007:71) dalam Susilawati 2014**, Citra perusahaan adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap suatu

perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Setiap orang atau organisasi (perusahaan) harus bekerja dengan konsumen internal dan eksternal untuk memenuhi kebutuhan mereka bekerjasama demi terciptanya kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (**Kotler dalam buku Sunyoto: 2013, p.35**). Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Berdasarkan observasi yang dilakukan, peneliti mendapati tantang masih kurangnya koordinasi antara pihak travel dengan petugas yang ada di Makkah dan Madinah. Selain itu peneliti mendapati tentang kurangnya promosi yang dilakukan pihak perusahaan sehingga masyarakat atau calon konsumen kurang mengetahui informasi detail tentang perusahaan. Serta masih adanya keluhan yang diterima dari konsumen yang telah melakukan perjalanan umrah. Sehingga peneliti tertarik mengambil judul Pengaruh

Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. NADZ GLOBAL MULIA.

Kendala yang sering dihadapi oleh PT. NADZ GLOBAL MULIA adanya kurang koordinasi antara pihak travel dengan petugas di Makkah dan Madinah, Kurangnya promosi dan sosialisasi yang diberikan oleh perusahaan. Minimnya informasi yang diketahui tentang perusahaan, Masih adanya keluhan dari konsumen. Kepuasan konsumen yang belum maksimal dilihat dari sudut pandang konsumen. Setelah melakukan observasi di lapangan dan mempelajari teori yang berhubungan dengan variabel, bahwa kondisi yang terjadi di lapangan belum sesuai dengan teori yang ada, yaitu baik dilihat dari variabel Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepuasan Konsumen maka penulis mencoba meneliti tentang **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. NADZ GLOBAL MULIA DI JAKARTA”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya koordinasi dengan petugas di Makkah dan Madinah.
2. Kurangnya promosi dan sosialisasi yang diberikan oleh perusahaan.
3. Minimnya informasi yang diketahui tentang perusahaan.

4. Masih adanya keluhan dari konsumen.
5. Kepuasan konsumen yang belum maksimal dilihat dari sudut pandang konsumen.

### C. Batasan Masalah

Untuk memfokuskan dan memperkecil bahasan masalah sehingga tidak menyimpang dari yang diinginkan, maka batasan masalah penelitian “hanya berkenaan dengan masalah kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepuasan konsumen PT. NADZ GLOBAL MULIA”.

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah, maka permasalahan dapat di rumuskan yaitu : ” ***Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. NADZ GLOBAL MULIA***”. Dapat ditarik beberapa pertanyaan penelitian, antara lain :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. NADZ GLOBAL MULIA ?
2. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. NADZ GLOBAL MULIA?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen ?

### E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penemuan masalah tersebut diatas tujuan penelitiannya adalah :

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan secara langsung terhadap kepuasan konsumen pada PT. NADZ GLOBAL MULIA.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh citra secara langsung terhadap kepuasan konsumen pada PT. NADZ GLOBAL MULIA.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan secara tidak langsung terhadap kepuasan konsumen pada PT. NADZ GLOBAL MULIA.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh citra secara tidak langsung terhadap kepuasan konsumen pada PT. NADZ GLOBAL MULIA.

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bersifat Teoritis
  - a. Bagi peneliti lebih lanjut

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dalam melakukan penelitian dan melatih diri dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang sudah diperoleh dalam perkuliahan dan juga sebagai prasyarat akademik untuk kelulusan Strata I (SI) di Universitas Respati Indonesia.

- 1) Bagi pembaca

Semoga penelitian ini dapat menambah informasi sumbangan pemikiran dan bahan kajian dalam penelitian.

## 2. Bersifat Praktis

### a. Bagi pihak perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan dalam mengembangkan usaha dan membantu dalam mengembangkan strategi untuk menghadapi persaingan serta dapat dijadikan bahan masukan untuk meningkatkan kinerjanya.

#### 1) Bagi Akademisi

Menambah pengetahuan akademisi khususnya mahasiswa/i program studi ilmu administrasi tentang seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra terhadap kepuasan konsumen.

#### 2) Bagi masyarakat

Peneliti berharap penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan dapat dijadikan gambaran atau bahan perbandingan bagi penelitian yang mempunyai penelitian yang sama dengan penulis.