

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri perjalanan wisata di Indonesia dari tahun ke tahun semakin berkembang pesat. Sebagai negara kepulauan dengan kekayaan alam, budaya, dan warisan sejarah yang melimpah. Indonesia memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata. Pemerintah Indonesia turut mendukung perkembangan industri wisata dengan membangun dan meningkatkan infrastruktur pariwisata, seperti bandara internasional, jalan tol, pelabuhan, serta fasilitas penunjang di destinasi wisata (Kompasiana, 2025).

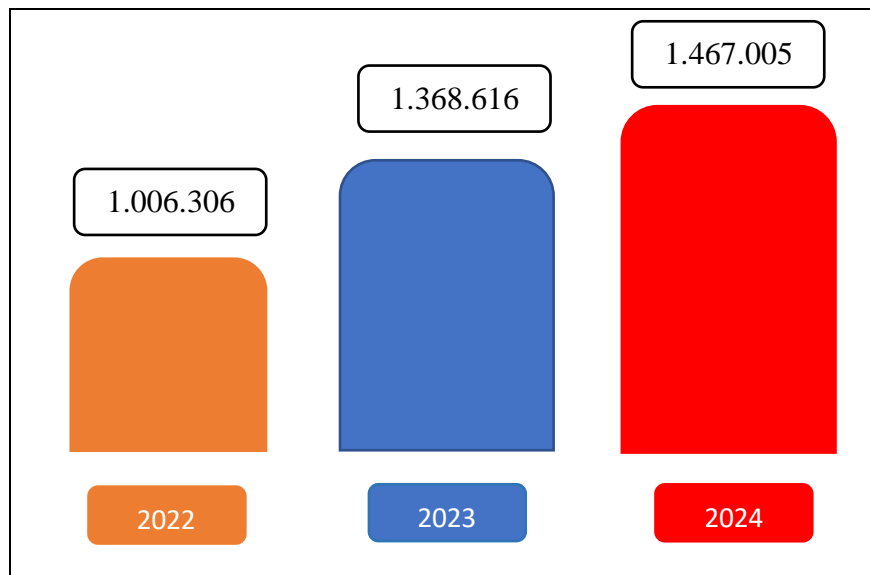
Menurut Peraturan Menteri dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, regulasi yang mendukung kemudahan akses wisatawan, seperti penyederhanaan proses visa dan promosi destinasi prioritas, semakin mendorong pertumbuhan sektor perjalanan wisata. Wisata religi, khususnya perjalanan umrah dan haji, menjadi salah satu segmen yang tumbuh pesat seiring meningkatnya minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah di tanah suci.

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar didunia dan mendapatkan jatah kuota jemaah umrah yang lebih besar dibandingkan dengan negara lainnya. Di Indonesia sendiri mayoritas penduduknya menganut agama islam, dari tahun ke tahun terlihat masyarakatnya antusias melaksanakan ibadah umrah. Hal ini dapat dipahami mengingat umrah bukan saja ibadah yang mengandung kebiasaan *sosio-religius*, namun juga sebagai tradisi yang sudah lama

terjadi dikalangan masyarakat Indonesia, sehingga dalam pelaksanaannya harus ditangani secara professional (Zulfila, 2022).

Tabel 1.1

Jumlah Jemaah Umrah dari Indonesia Tahun 2022-2024



Sumber : www.informasihaji.com(2025)

Kementerian Agama (Kemenag) mencatat hingga bulan September 2024 kemarin, jumlah jemaah umrah Indonesia hampir mencapai 1,4 juta jemaah dan jumlah ini terus meningkat dari tahun ke tahun. Dikutip dari informasi haji, informasi jumlah jemaah umrah pada 3 tahun terakhir (2022-2024) grafiknya menunjukkan angka yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Dimana pada tahun 2024 menjadi angka tertinggi dengan jumlah jemaah yang berangkat mencapai angka 1.467.005 dan sudah tercatat di Kementerian Agama RI melalui Sistem Komputerisasi Pengelolaan Terpadu Umrah dan Haji Khusus (Siskopatuh). Pada tahun 2022 menunjukkan angka paling kecil dikarenakan pemerintah sedang dalam proses memulai kembali pemberangkatan umrah ke tanah suci, karena pada tahun

2020 dan 2021 tidak ada pemberangkatan umrah ke tanah suci dikarenakan adanya kasus covid.

Menurut Peraturan Menteri Agama Nomor 6 Tahun 2021, peraturan ini mengatur Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah, seperti mekanisme pendaftaran, pelaporan, dan pengawasan terhadap Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah, perizinan dan pengawasan, rekening penampungan biaya Umrah dan sanksi. Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah bertanggung jawab dalam mengurus segala aspek perjalanan umrah, termasuk visa, tiket, akomodasi, transportasi, hingga bimbingan ibadah. Biro jasa ini diatur oleh Kementerian Agama Republik Indonesia (Kemenag RI) dan harus memiliki izin resmi sebagai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) sesuai dengan regulasi yang berlaku.

Setiap muslim menginginkan tercapainya kesempurnaan dalam beribadah, terlebih apabila dapat menunaikan ibadah umrah sesuai dengan harapan yang diinginkan. Harapan setiap jamaah umrah dalam melaksanakan ibadah umrah pasti menginginkan pelayanan yang terbaik, aman, nyaman dan ibadah umrahnya dapat dilaksanakan secara sempurna. Fenomena yang banyak ditemukan pada biro jasa perjalanan umrah di Indonesia masih begitu banyak mulai dari penipuan, fasilitas yang tidak sesuai, pengurusan dokumen yang bermasalah, hingga kurangnya bimbingan ibadah. Bahkan ditahun 2024 kemarin, banyak orang yang melakukan umrah mandiri tanpa agen travel. Banyaknya kasus seperti ini yang terjadi dikarenakan konsumen yang merasa tidak puas dengan harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh agent travel umrah.

Pada tahun 2024, tercatat jumlah biro jasa umrah resmi mengalami peningkatan signifikan. Hingga awal tahun 2024, terdapat 2.416 Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) resmi yang terdaftar. Penyelenggaraan ibadah umrah diselenggarakan oleh pemerintah melalui Kemenag RI dan diatur dengan Undang-undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah yang bertujuan untuk memberikan pembinaan, pelayanan dan perlindungan yang sebaik-baiknya bagi jemaah umrah sehingga jemaah umrah dapat menunaikan ibadahnya sesuai dengan ketentuan ajaran agama Islam Kemenag RI, (2024)

Tabel 1.2

Jumlah Pemberangkatan Jemaah di Pulau Jawa Tahun 2022-2024

No	Provinsi	Jumlah Jemaah		
		2022	2023	2024
1	Jawa Barat	171.275	247.667	266.331
2	Jawa Timur	160.977	228.151	234.414
3	DKI Jakarta	124.999	210.025	212.318
4	Jawa Tengah	107.740	133.901	138.553
5	DI Yogyakarta	12.950	19.694	22.044
6	Banten	51.797	73.829	75.721

Sumber : www.himpuh.or.id (2025)

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan data jumlah jemaah umrah yang berangkat dari masing-masing provinsi di Pulau Jawa selama tiga tahun terakhir (2022–2024). Secara umum, semua provinsi di Pulau Jawa mengalami kenaikan jumlah jemaah umrah dari tahun 2022 hingga 2024. Jawa Barat konsisten menjadi provinsi dengan jumlah jemaah umrah terbanyak setiap tahunnya. Karena secara geografis dan infrastruktur Jawa Barat memiliki akses yang baik menuju bandara internasional seperti Soekarno-Hatta di Banten dan Bandara Kertajati di Majalengka yang terus dikembangkan untuk penerbangan umrah.

Tabel 1.3
Populasi Penduduk Muslim di Setiap Daerah di Jawa Barat Tahun 2024

Peringkat	Kabupaten	Jumlah Penduduk (ribu jiwa)
1	Kabupaten Bogor	5.504.285
2	Kabupaten Bandung	3.634.635
3	Kabupaten Cirebon	2.897.016
4	Kabupaten Bekasi	2.895.614
5	Kabupaten Sukabumi	2.781.527
6	Kabupaten Garut	2.748.061
7	Kabupaten Cianjur	2.519.650
8	Kabupaten Karawang	2.489.368
9	Kabupaten Tasikmalaya	1.928.930
10	Kabupaten Indramayu	1.927.903
11	Kabupaten Bandung Barat	1.817.590
12	Kabupaten Subang	1.626.659
13	Kabupaten Majalengka	1.350.010
14	Kabupaten Ciamis	1.279.043
15	Kabupaten Kuningan	1.223.029
16	Kabupaten Sumedang	1.200.123
17	Kabupaten Purwakarta	1.025.695
18	Kabupaten Pangandaran	441.793

Sumber : <https://jabar.bps.go.id/id> (2024)

Berdasarkan data pada Tabel 1.3 yang menampilkan jumlah penduduk di berbagai Kabupaten di Jawa Barat, Kabupaten Cirebon menempati peringkat ke-3 dengan jumlah penduduk sebesar 2.897.016 jiwa. Jumlah ini menunjukkan bahwa Cirebon memiliki potensi yang sangat besar dalam mencari konsumen untuk kegiatan keagamaan seperti umrah. Dengan populasi yang cukup besar, Cirebon cukup cocok untuk dijadikan tempat agen travel untuk mencari jemaah.

Tabel 1.4 dibawah ini merupakan travel umrah paling direkomendasikan oleh masyarakat Cirebon yang sudah terdaftar di Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) di Cirebon pada tahun 2023. Penilaian ini diambil dari data

<https://nhumroh.com/> yang menilai kenyamanan, kepercayaan dan keprofesionalan perusahaan dalam kualitas pelayanan untuk memuaskan konsumen. Penilaian ini memberikan wawasan bagi para Jemaah untuk memilih travel terbaik yang nantinya dapat menjadi fasilitator Jemaah dalam melaksanakan ibadah umrah dan travel akan mempengaruhi kenyamanan jamaah dalam melaksanakan ibadah umroh. Oleh karena itu, calon jamaah harus mempertimbangkan pemilihan travel pelaksanaan umroh dengan baik.

Tabel 1.4

Travel Paling di Rekomendasikan oleh Masyarakat Kabupaten Cirebon

No	Nama Travel	Persentase Penilaian nhumrah
1	TMB Tour Travel	5,0
2	Kiswah Haji Umrah	5,0
3	Al-Bait Tour & Travel	5,0
4	Armina Cirebon	4,9
5	Mandala Tour & Travel	4,8
6	Moza Trans Travel	4,8
7	Nizar Amanah Wisata	4,7
8	Mariyam Samira Samira	4,6
9	Samira Ali Wisata Umrah	4,6
10	PT Sangkan Hurip Bersama	4,4

Sumber : <https://nhumroh.com/> (2023)

Pada Tabel 1.4 menunjukkan tiga travel teratas (TMB Tour Travel, Kiswah Haji Umrah, dan Al-Bait Tour & Travel) memiliki nilai 5,0, menunjukkan tingkat kepuasan dan rekomendasi yang sangat tinggi dari konsumen. Sementara nilai terendah dimiliki oleh PT Sangkan Hurip Bersama dalam daftar dengan nilai 4,4. Dari data pada tabel 1.4 PT Sangkan Hurip Bersama belum cukup bisa membuat konsumennya merasa puas sehingga diduga masih terdapat beberapa masalah di perusahaan ini.

Beberapa jemaah umrah PT Sangkan Hurip Bersama menyampaikan keluhan atas pengalaman mereka selama mengikuti program perjalanan umrah yang diselenggarakan perusahaan. Salah satu keluhan yang paling sering disampaikan adalah mengenai harga yang dirasa tidak sebanding dengan pelayanan yang diterima. Selain itu, kualitas pelayanan juga menjadi perhatian utama. Beberapa jemaah mengaku tidak mendapatkan bimbingan ibadah yang maksimal selama perjalanan. Dari sisi *physical evidence*, jemaah mengeluhkan kurangnya kelengkapan dan profesionalisme dalam penyediaan fasilitas penunjang.

Berikut merupakan rekapitulasi jemaah umrah yang diberangkatkan ke tanah suci oleh PT Sangkan Hurip Bersama setiap tahunnya dari tahun 2022-2024. Berdasarkan Tabel 1.5 berikut menunjukkan jumlah jemaah yang diberangkatkan oleh PT Sangkan Hurip Bersama di tiga tahun terakhirnya. Pada tahun 2022 menjadi angka tertinggi jemaah yang berangkat dengan jumlah jemaah 557. Dimana setiap tahunnya angka jemaah yang berangkat semakin menurun.

Tabel 1.5

Rekapitulasi Jemaah PT Sangkan Hurip Bersama Tahun 2022-2024

No	Tahun	Jemaah yang Berangkat
1	2022	557
2	2023	543
3	2024	240

Sumber : Kantor PT Sangkan Hurip Bersama (2025)

Peneliti melakukan Pra-survei kepada Jemaah yang menggunakan jasa PT Sangkan Hurip Bersama dengan melibatkan 30 responden. Data yang diperoleh adalah seperti berikut:

Tabel 1.6
Hasil Pra-survei Kepuasan Konsumen PT Sangkan Hurip Bersama

No	Dimensi	Frekuensi					Total Skor	Rata-rata
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
1	Pelayanan Ibadah	5	3	8	6	8	81	2,7
2	Pelayanan Kesehatan	4	1	10	5	10	74	2,46
3	Akomodasi	5	2	6	5	10	90	3
Skor rata-rata kepuasan jemaah								2,57
Rata-rata= Nilai x F : Jumlah Responden (30)								
Skor Rata-rata = Jumlah Rata-rata : Jumlah Pertanyaan								

Sumber: Diolah oleh peneliti, (2025)

Berdasarkan Tabel 1.6 hasil kuisioner pra-survei mengenai kepuasan konsumen PT Sangkan Hurip Bersama, memperoleh skor rata-rata 2,57. Dapat dilihat bahwa dimensi Akomodasi memiliki nilai kepuasan tertinggi 3 dibandingkan dua lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi kepuasan jemaah PT. Sangkan Hurip Bersama belum berjalan secara maksimal karena jemaah masih merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan.

Penurunan dalam pelayanan ibadah dan layanan kesehatan dapat membuat jemaah merasa tidak puas dan cenderung tidak akan menggunakan jasa dari PT Sangkan Hurip Bersama lagi. Hal ini akan berdampak pada penurunan jumlah minat jemaah dan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Oleh karena itu, kedua aspek ini sangat penting untuk menjaga kepercayaan jemaah agar mau menggunakan jasa perusahaan lagi.

Penting bagi perusahaan untuk memahami dan memperkuat faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Berikut ini adalah faktor yang diduga mempengaruhi kepuasan konsumen.

Tabel 1.7

Faktor yang Diduga Mempengaruhi Variabel Kepuasan Konsumen

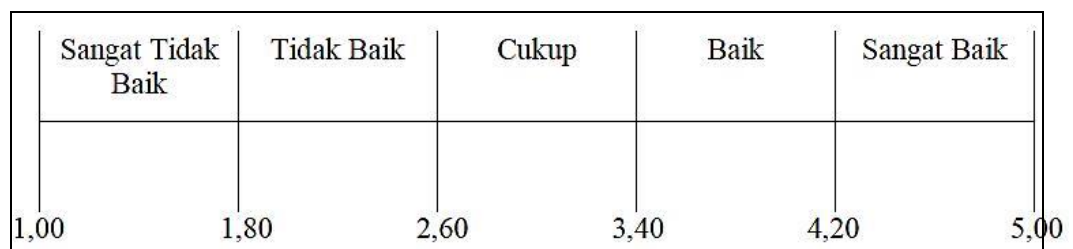
Dimensi	Variabel	Frekuensi					Total Skor	Rata-rata
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
Kualitas Pelayanan	Bimbingan	6	6	5	4	9	77	2,56
	Ibadah							
	Kesigapan	6	4	9	3	8	87	2,9
	Keramahan	6	4	9	3	8	87	2,9
Skor Rata-rata								2,78
Rata-rata= Nilai x F : Jumlah Responden (30)								
Skor Rata-rata = Jumlah Rata-rata : Jumlah Pertanyaan								
Dimensi	Variabel	Frekuensi					Total Skor	Rata-rata
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
Manajemen Waktu	Jadwal	6	7	9	5	3	98	3,26
	Pemberangkatan							
	Jadwal Manasik	8	8	4	5	5	99	3,3
	Jadwal Kegiatan	8	7	5	6	4	99	3,3
Skor Rata-rata								3,28
Rata-rata= Nilai x F : Jumlah Responden (30)								
Skor Rata-rata = Jumlah Rata-rata : Jumlah Pertanyaan								
Dimensi	Variabel	Frekuensi					Total Skor	Rata-rata
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
Fasilitas	Akomodasi	7	13	7	2	1	113	3,76
	Konsumsi	8	5	6	6	5	95	3,16
	Kebersihan	6	8	8	5	3	99	3,3
Skor Rata-rata								3,40
Rata-rata= Nilai x F : Jumlah Responden (30)								
Skor Rata-rata = Jumlah Rata-rata : Jumlah Pertanyaan								

Dimensi	Variabel	Frekuensi					Total Skor	Rata-rata
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
Harga	Kesesuaian Harga dengan Kualitas	3	4	9	8	6	80	2,66
	Sikap profesional	4	4	12	7	3	89	2,96
	Kepercayaan terhadap penyedia layanan	4	5	9	6	6	85	2,83
Skor Rata-rata								2,81
Rata-rata= Nilai x F : Jumlah Responden (30)								
Skor Rata-rata = Jumlah Rata-rata : Jumlah Pertanyaan								
Dimensi	Variabel	Frekuensi					Total Skor	Rata-rata
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
Keamanan dan Keselamatan	Perlindungan Pembimbing	7	11	7	3	2	108	3,6
	Pendampingan	6	11	8	2	3	105	3,5
	perhatian terhadap kebutuhan khusus	9	9	7	4	1	111	3,7
Skor Rata-rata								3,6
Rata-rata= Nilai x F : Jumlah Responden (30)								
Skor Rata-rata = Jumlah Rata-rata : Jumlah Pertanyaan								
Dimensi	Variabel	Frekuensi					Total Skor	Rata-rata
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
Pengalaman Ibadah	Kekhusyukan Ibadah	8	9	7	3	3	106	3,53
	Kepuasan Rohani	7	9	6	6	2	103	3,43
	Kepuasan Spiritual	8	9	7	3	3	106	3,53
Skor Rata-rata								3,48
Rata-rata= Nilai x F : Jumlah Responden (30)								
Skor Rata-rata = Jumlah Rata-rata : Jumlah Pertanyaan								

Dimensi	Variabel	Frekuensi					Total Skor	Rata-rata
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
<i>Physical Evidence</i>	Bukti Layanan	4	5	10	7	4	88	2,93
	Lingkungan Fisik	6	4	9	5	6	89	2,96
	Peralatan	6	5	8	5	6	90	3
Skor Rata-rata								2,96
Rata-rata= Nilai x F : Jumlah Responden (30)								
Skor Rata-rata = Jumlah Rata-rata : Jumlah Pertanyaan								

Sumber : Hasil olah data kuisisioner pra-survei diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 1.7 hasil pra-survey faktor-faktor yang diduga mempengaruhi kepuasan konsumen pada PT. Sangkan Hurip Bersama ada beberapa variabel yang memiliki nilai jumlah skor paling terendah yaitu Kualitas Pelayanan, Harga dan *Physical Evidence*. Hal ini dapat diartikan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga dan *Physical Evidence* pada PT. Sangkan Hurip Bersama diduga merupakan penyebab konsumen merasa kurang puas. Dimana ketidakpuasan konsumen dapat diukur dari garis kontinum.



Gambar 1. 1

Garis Kontinum

Berdasarkan penjelasan teori, fenomena permasalahan, dan pra-survei yang telah dilakukan oleh peneliti pada PT. Sangkan Hurip Bersama yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topik pada penelitian yang akan

dibahas dengan mengambil judul penelitian tentang **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN *PHYSICAL EVIDENCE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei Pada Biro Perjalanan Umrah PT Sangkan Hurip Bersama Kabupaten Cirebon)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil pra-survei pada penelitian, maka yang menjadi masalah penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Harga:

Harga yang diberikan perusahaan kepada konsumen dirasa tidak sebanding dengan kualitas yang diberikan perusahaan kepada konsumen.

2. Kualitas Pelayanan:

Kualitas Pelayanan yang diberikan perusahaan seperti bimbingan ibadah masih kurang membuat konsumen merasa puas.

3. *Physical Evidence*:

Physical Evidence atau Bukti Fisik yang diberikan perusahaan kepada konsumen dirasa masih kurang membuat konsumen merasa puas.

4. Kepuasan Pelanggan:

Perusahaan tidak cukup memberikan kualitas yang baik sehingga beberapa konsumen merasa kurang puas.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan identifikasi masalah, yang dikemukakan di atas maka, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap harga pada PT. Sangkan Hurip Bersama.
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan pada PT. Sangkan Hurip Bersama.
3. Bagaimana persepsi konsumen terhadap *physical evidence* pada PT. Sangkan Hurip Bersama.
4. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sangkan Hurip Bersama.
5. Bagaimana pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan *physical evidence* terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sangkan Hurip Bersama secara simultan dan parsial.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Persepsi konsumen terhadap harga pada PT. Sangkan Hurip Bersama.
2. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan pada PT. Sangkan Hurip Bersama.
3. Persepsi konsumen terhadap *physical evidence* pada PT. Sangkan Hurip Bersama.
4. Persepsi konsumen terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sangkan Hurip Bersama.
5. Seberapa besar pengaruh harga, kualitas pelayanan dan *physical evidence* terhadap kepuasan konsumen secara simultan dan parsial.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan serta tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, hasil penelitian diharapkan berguna baik secara teoritis dan praktis seperti hal sebagai berikut:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan harga, kualitas pelayanan dan *physical evidence* dimana terdapat pengaruh dalam terciptanya kepuasan konsumen.
2. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar studi untuk perbandingan dan referensi bagi penelitian lain sejenis dan diharapkan untuk penelitian yang selanjutnya dapat lebih baik.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Diharapkan agar penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat memberikan kegunaan dan manfaat bagi pembaca. Dari perspektif akademik penggunaan teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan studi dan konsep ilmu manajemen. Kepentingan praktis hasil penelitian ini bisa berguna bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi peneliti

Menambah literatur mengenai pengaruh harga, kualitas pelayanan dan *physical evidence* terhadap kepuasan konsumen pada sektor jasa perjalanan umrah pada PT. Sangkan Hurip Bersama.

2. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan kontribusi dalam pengembangan faktor yang mempengaruhi harga, kualitas pelayanan dan *physical evidence* terhadap kepuasan konsumen PT. Sangkan Hurip Bersama dalam meningkatkan layanan.

3. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perkembangan pengetahuan manajemen terhadap pengaruh harga, kualitas pelayanan dan *physical evidence* terhadap kepuasan konsumen PT Sangkan Hurip Bersama.