

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan selalu menjalani aktivitas bisnisnya untuk dapat memberikan nilai terbaik bagi perusahaan dalam rangka pertumbuhan dan usaha konsumen sangat penting bagi kesuksesan sebuah perusahaan. Setiap perusahaan berusaha menyusun strategi untuk menarik konsumen sehingga mereka menjadi pembeli produknya, bukan hanya sampai di situ, perusahaan juga harus terus berupaya agar konsumen menjadi pembeli yang puas. Salah satu strategi yang sampai saat ini masih dianggap handal adalah menciptakan pelayanan terbaik bagi konsumen. Dalam dunia bisnis, khususnya yang bergerak di bidang jasa, kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dan menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuhkembangkan perusahaan.

Persaingan di era globalisasi dan informasi baik untuk perusahaan yang bermain di pasar domestik atau merambah ke pasaran internasional sangat ketat. Perusahaan yang ingin berkembang dan ada terus di pasar harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya disamping barang dan jasa yang bermutu baik, harga yang lebih murah, serta penyerahan barang atau jasa yang lebih cepat dibandingkan dengan pesaingnya. Hal ini dilakukan dalam upaya untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Kualitas yang memuaskan bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa keuangan, adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat yang luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah merupakan hal penting. Dengan adanya perusahaan syariah yang telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa

melalui pemberdayaan ekonomi umat. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (perceived service) dengan tingkat layanan yang diharapkan (expected service). Dengan meningkatkan mutu pelayanan oleh suatu perusahaan perbankan merupakan suatu cara yang nyata dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan nasabah. Sehingga kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan.

Teori yang melatarbelakangi pengaruh kehandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati terhadap kepuasan pengguna Jasa Tour and Travel Arwaniyyah adalah teori user based approach menunjukkan bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas tinggi.

Untuk menganalisis kualitas jasa dapat dilakukan dengan mengkuantifikasi dimensi kualitas dengan menggunakan skala Likert pada kuesioner yang disebarakan kepada responden. Mengukur kualitas jasa dengan mengetahui perbedaan/gap antara harapan dengan persepsi pelanggan. Hal ini sesuai dengan definisi kualitas pelayanan, yaitu derajat perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kinerja jasa yang diterimanya.¹

Tujuan setiap pemasaran adalah menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Jika konsumen puas terhadap barang tersebut atau terhadap pelayanan toko tersebut, konsumen akan melakukan pembelian ulang. Jika konsumen tidak puas, dia tidak akan melakukan pembelian ulang dan akan memberikan reaksi negatif serta menginformasikan reaksi negatif itu kepada keluarga, sahabat, sehingga pemasaran produk tersebut tidak mencapai sasaran. Hal ini dapat menimbulkan kegagalan bagi perusahaan.²

¹ Handoko, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality), Among Makarti, Jakarta, 2011, hal. 2.

² Nana herdiana, Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan, Pustaka Setia, Bandung, 2013, hal. 242.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dalam hal ini ada dua faktor utama yang mempengaruhi kalitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Pada prinsipnya, definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Kebahagiaan merupakan tujuan utama manusia dalam kehidupan manusia. Kebahagiaan itu akan dicapai apabila segala kebutuhan hidup dapat terpenuhi baik secara spiritual serta material, dalam jangka pendek maupun panjang. Terpenuhinya akan menempatkan manusia berada dalam suatu keadaan yang disebut sebagai sejahtera. Pemenuhan kesejahteraan ini sering banyak mendapatkan hambatan karena adanya keterbatasan sumber daya alam maupun keterbatasan pengetahuan dan keterampilan manusia.³

Pelanggan mengkonsumsi produk, baik barang maupun jasa, karena didorong oleh berbagai motif. Motif tersebut bersifat rasional, selektif dan emosional. Lebih dominan mana sifat yang mendorong pelanggan untuk mengkonsumsi, tergantung oleh kebiasaan membeli (*buying habit*) yang berasal dari pelanggan itu sendiri. Motif pembelian dalam pendekatan syariah perlu Q.S Al Furqan ayat 67 sebagai berikut :⁴

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

³ Sri Wigati, Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam, MALIYAH, Vol. 01, No. 01, Juni 2011, hal. 1.

⁴ Buchari Alma dan Priansa, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Alfabeta, Bandung, 2014, hal. 129.

Artinya : “ Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian” (Q.S Al Furqan:67).⁵

Lebih lanjut mari kita perhatikan QS Al Israa ayat 26 sebagai berikut :

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذِرْ أَمْوَالَكَ تَبْذِيرًا

Artinya : “Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”.(QS Al Israa:26).⁶

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang travel adalah Tour and Travel Arwaniyyah. Tour and Travel Arwaniyyah berdiri pada tanggal 08 September 2001 di Kudus. Tour and Travel Arwaniyyah menyediakan penjualan tiket maskapai penerbangan baik domestik maupun Internasional. Pemesanan tiket dapat dilakukan melalui online dengan menghubungi tim ticketing Tour and Travel Arwaniyyah melalui Yahoo Messenger dan e-mail. Tour and Travel Arwaniyyah juga menyediakan voucher hotel untuk seluruh hotel di Indonesia. Tour and Travel Arwaniyyah, membantu pelanggan dalam menentukan destinasi wisata/liburan, baik perorangan maupun grup untuk berlibur ke tempat-tempat wisata di Indonesia maupun mancanegara. Produk unggulan Tour and Travel Arwaniyyah adalah paket Umrah dan Haji bagi Umat Islam.

Hasil observasi peneliti di lapangan menunjukkan bahwa pada dimensi Reliability berkaitan dengan keandalan Tour and Travel Arwaniyyah yang bisa diandalkan yaitu bisa memenuhi keinginan konsumen, misalnya yang berkeinginan pergi Umroh dengan fasilitas hotel biasa maupun hotel bintang lima. Responsiveness berkaitan dengan daya tanggap yaitu Tour and Travel Arwaniyyah mampu menjawab semua pertanyaan pemakai jasa, misalnya kalau Umroh selama satu minggu biayanya berapa, dengan fasilitas hotel biasa biayanya berapa, karyawan bisa menjawab dengan cekatan dan ramah.

⁵ Al Quran Surat Al Furqan ayat 62, *Al-Qur'an Al-Karim* dan Terjemahnya, Departemen Agama RI, PT. Toha Putra, Semarang, 1997, hal. 447.

⁶ Al Quran Surat Al Israa ayat 26, *Al-Qur'an Al-Karim* dan Terjemahnya, Departemen Agama RI, PT. Toha Putra, Semarang, 1997, hal. 156.

Assurance berkaitan dengan jaminan yaitu adanya jaminan bahwa program umroh akan terlaksana dengan baik misalnya adanya ijin resmi dari Kementerian Agama Republik Indonesia bahwa Tour and Travel Arwaniyyah adalah biro jasa yang terdaftar. Tangibles, yaitu bukti fisik, adanya armada yang bertugas menjemput klien dari kantor atau bandara. Empathy, yaitu rasa iba atau empati karyawan Tour and Travel Arwaniyyah, misalnya ada jama'ah yang terlalu berat membawa koper, maka karyawan akan membantu jama'ah tersebut.

Namun hasil observasi di lapangan juga menunjukkan bahwa Tuntutan konsumen dalam hal pelayanan yang diterima, menyebabkan perusahaan bertindak semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Pemberian pelayanan yang memuaskan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan jasa seperti Tour and Travel Arwaniyyah karena banyaknya usaha sejenis di wilayah Kudus. Hal tersebut berdasarkan jumlah saran yang ada dalam kotak saran yang disediakan pada kantor Tour and Travel Arwaniyyah sebagai berikut :

Tabel 1.1

Ketidakpuasan Pengguna Jasa Tour and Travel Arwaniyyah Tahun 2016

No	Bulan	Jumlah Saran
1.	Januari	12
2.	Februari	10
3.	Maret	11
4.	April	9
5.	Mei	8
6.	Juni	12
7.	Juli	15
8.	Agustus	16
9.	September	17
10.	Oktober	12
11.	Nopember	11
12.	Desember	10

Berdasarkan latar belakang di atas dan didukung Tour and Travel Arwaniyyah oleh penelitian sebelumnya, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengambil judul **"Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Tour and Travel Arwaniyyah"**.

B. Batasan Penelitian

Penentuan rancangan suatu penelitian memiliki dua tujuan. Pertama penetapan rancangan penelitian dapat membatasi studi, memperjelas alur penelitian jadi dalam hal ini rancangan akan membatasi bidang penelitian. Kedua penetapan rancangan itu berfungsi untuk memenuhi kriteria inklusi-eksklusi atau memasukan mengeluarkan suatu informasi yang baru diperoleh di lapangan. Maka yang dijadikan rancangan dalam penelitian ini adalah:

1. Obyek penelitian ini adalah analisis pengaruh kehandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati terhadap kepuasan.
2. Subyek penelitian ini adalah pengguna jasa Tour and Travel Arwaniyyah.
3. Waktu dilaksanakannya penelitian ini adalah pelaksanaan penelitian yang terdiri dari persiapan, perijinan, observasi sampai dengan penulisan laporan dilaksanakan selama 5 bulan.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini sesuai hasil pemaparan latar belakang diatas adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pengguna Jasa Tour and Travel Arwaniyyah?
2. Apakah terdapat pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pengguna Jasa Tour and Travel Arwaniyyah?
3. Apakah terdapat pengaruh jaminan terhadap kepuasan pengguna Jasa Tour and Travel Arwaniyyah?
4. Apakah terdapat pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pengguna Jasa Tour and Travel Arwaniyyah?

5. Apakah terdapat pengaruh empati terhadap kepuasan pengguna Jasa Tour and Travel Arwaniyyah?
6. Apakah terdapat pengaruh kehandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati terhadap kepuasan pengguna Jasa Tour and Travel Arwaniyyah?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pengguna Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pengguna Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh jaminan terhadap kepuasan pengguna Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.
4. Untuk menguji secara empiris pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pengguna Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.
5. Untuk menguji secara empiris pengaruh empati terhadap kepuasan pengguna Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.
6. Untuk menguji secara empiris pengaruh kehandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati terhadap kepuasan pengguna Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah diharapkan :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Untuk literatur Keilmuan Ekonomi : hasil penelitian diharapkan dapat menyumbang pemikiran secara teoritis dan ilmiah dalam pengembangan pengetahuan mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk Tour and Travel : Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi Tour and Travel dalam meningkatkan kepuasan pengguna jasa. Menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi dalam menentukan kebijakan - kebijakan peningkatan kepuasan anggota dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen.
- b. Untuk masyarakat : hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan sebagai pengetahuan bagi masyarakat mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun :

1. Bagian pendahuluan

Bagian pendahuluan ini berisikan halamn judul, halaman pengesahan, halaman motto dan halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel dan daftar lampiran.

2. Bagian isi

Bagian isi terdiri dari 5 Bab yaitu pendahuluan, landasan teori, metode penelitian, hasil penelitian, pembahasan dan penutup.

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisikan tentang tentang latar belakang masalah, permasalahan, ruang lingkup, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

BAB II : Landasan teori

Bab II berisi tinjauan pustaka yang berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penyusunan skripsi meliputi teori kepuasan anggota, kualitas pelayanan, penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran, serta

hipotesis. Landasan teori ini digunakan sebagai landasan berfikir untuk melaksanakan penelitian dan di gunakan sebagai pedoman dalam melaksanakan penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini membahas tentang populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, metode dan alat pengumpul data, validitas, reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan pembahasan

Pada bab ini disajikan analisis data yang diperoleh kemudian data tersebut dapat menunjukkan mengenai hasil penelitian.

BAB V : Penutup

Bab ini berisikan rangkuman hasil penelitian yang ditarik kesimpulan dari analisis data dan pembahasan. Saran berisi perbaikan yang berkaitan dengan penelitian.

3. Bagian Akhir

Bagian ini berisikan daftar pustaka yang digunakan sebagai rujukan dalam penulisan skripsi dan lampiran-lampiran yang mendukung isi skripsi.