

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Persaingan di era globalisasi dan informasi baik untuk perusahaan yang bermain di pasar domestik atau merambah kepasar internasional sangat ketat, perusahaan yang ini berkembang dan ada arus dipasar 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.<sup>1</sup>

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.<sup>2</sup> Dari kebiasaan tersebut mereka tidak mubadzir (boros) kala membelanjakan harta mereka yaitu membelanjakannya diluar hajat (kebutuhan). Mereka tidak bersifat lalai sampai mengurangi dari kewajiban sehingga tidak mencukupi. Hal ini terulang di dalam Q.S Al Furqan ayat 67 sebagai berikut:

 وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan orang-orang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak pula kikir dan adalah (pembelanjaan itu) ditengah-tengah antara yang demikian” (Q.S Al Furqan : 67)<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Herni Justiana, Analisis Kepuasan Konsumen (SERVQUAL Model dan Important Performance Analysis Model), Jurnal Media, November 2012, hal. 1.

<sup>2</sup>Buchari Alma dan Priansa, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Alfabeta, Bandung, 2014, hal 129.

<sup>3</sup>Al Quran Surat Al Furqan ayat 62, *Al-Qur'an Al-karim dan Terjemahnya*, Departemen Agama RI, PT. Toha Putra, Semarang, 1997, hal.447

Dimana ayat diatas menjelaskan tentang orang yang membelanjakan harta mereka dengan sifat adil dan penuh dengan kebaikan.

Pada abad ke-21, pariwisata menjadi kegiatan industri terbesar di dunia dibandingkan dengan sektor-sektor ekonomi yang lain. Pariwisata telah menjadi industri dengan pertumbuhan tertinggi dan telah menciptakan lapangan pekerjaan di seluruh dunia. Indonesia memiliki potensi seni dan budaya yang beranekaragam yang tersebar pada setiap Daerah Tujuan Wisata (DTW). Dengan berkembangnya pariwisata sebagai industri, maka wisata religi merupakan kegiatan pariwisata yang menjadi daya tarik untuk mendorong motivasi wisatawan melakukan perjalanan.

Seiring dengan perkembangan dalam era globalisasi dan peningkatan taraf serta gaya hidup masyarakat, mengakibatkan munculnya fenomena bergesernya kebutuhan masyarakat dari pemenuhan kebutuhan primer ke pemenuhan kebutuhan sekunder dan tersier. Saat ini, masyarakat sebagai konsumen membutuhkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan mereka akan hiburan dan kesenangan. Peningkatan kebutuhan konsumen akan jasa wisata berakibat pada semakin meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan.<sup>4</sup>

Wisata religi merupakan salah satu jenis wisata yang menarik dan sedang dikembangkan di Indonesia. Jenis wisata ini berpotensi untuk dikembangkan dan dijadikan sebagai salah satu jenis wisata unggulan di Indonesia, meskipun jenis wisata alam masih menjadi jenis wisata unggulan di Indonesia saat ini. Menteri 3 Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Mari Elka Pangestu menyatakan bahwa mayoritas daerah di Indonesia mempunyai potensi wisata religi, hanya perlu dibangkitkan dan dikembangkan. Apabila ini berhasil, banyak wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri pada khususnya akan datang berbondong-bondong untuk sekedar dapat menikmati wisata religi tersebut.

---

<sup>4</sup>Marpaung, H, Pengetahuan Pariwisata, Alfabeta, Bandung, 2000

Fasilitas Wisata Religi merupakan fasilitas yang digunakan untuk menunjang keberadaan wisata religi. Teori yang digunakan untuk menentukan fasilitas wisata religi yaitu mengkombinasikan antara fasilitas wisata, fasilitas perkotaan, dan fasilitas dari wisata religi yang sejenis. Fasilitas wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata.<sup>5</sup> Fasilitas wisata terdiri dari sarana pokok kepariwisataan, sarana pelengkap kepariwisataan, dan sarana penunjang kepariwisataan.<sup>6</sup>

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 kualitas 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 ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.<sup>7</sup>

Dalam Al-Qur'an islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.

---

<sup>5</sup> Suwanto, Dasar-Dasar Pariwisata, Penerbit Andi, Yogyakarta, 1997, hal. 26

<sup>6</sup> Yoeti, Oka A, Pengantar Ilmu Pariwisata, Cetakan Revisi, Angkasa, Bandung, 1996

<sup>7</sup> Teuku Aliasnyah, dkk, Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh, Jurnal Manajemen, Pascasarjana Universitas Syiah Kuala, Volume 1. No.1, November 2012, hal, 38.

Sebagaimana Firman Allah SWT dalam (Q.S Al-Baqarah :267)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا  
أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ  
بِعَاقِلِينَ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya: “ Hai orang-orang yang beriman, nafkailah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya,. Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan memalingkan mata terhadapnya dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.<sup>8</sup>

Dari ayat diatas sudah jelas bahwa islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.

Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan dalam pendekatan TQM, kualitas ditentukan oleh pelanggan. Oleh karena itu hanya dengan memahami proses dan pelanggan maka organisasi dapat menghargai dan menyadari makna kualitas. Semua usaha manajemen dalam TQM diarahkan pada satu tujuan utama, yaitu terciptanya kepuasan pelanggan.

Untuk menganalisis kualitas jasa dapat dilakukan dengan mengkuantifikasi dimensi kualitas dengan menggunakan skala Likert pada kuesioner yang disebarkan kepada responden. Mengukur kualitas jasa dengan mengetahui perbedaan atau gap antara harapan dengan persepsi pelanggan. Hal ini sesuai dengan definisi kualitas layanan, yaitu derajat

<sup>8</sup>Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 267, Yayasan Penyelenggara Penerjemah Penafsiran Al-Qur'an dan Terjemahannya, Departemen Agama RI, Jakarta, 1971, hal. 45.



perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kinerja jasa yang diterimannya.<sup>9</sup>

Menara Kudus harus berfikir cerdas, tidak hanya berfikir tentang keyakinan wisatawan yang berkunjung tetapi tentang kepuasan wisatawan juga. Dengan demikian Menara Kudus harus memperhatikan fasilitas, kualitas jasa, dan diferensiasi. Kenaikan jumlah pengunjung mengidentifikasi adanya kepuasan berkunjung. Sebuah tempat yang dapat memuaskan pengunjung akan dominan memiliki citra yang baik dari pengunjung. Sebagaimana dikutip Spillane bahwa fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang. Untuk mengidentifikasi kualitas pelayanan berdasarkan dari teori Parasuraman yang melibatkan 800 pelanggan yang terbagi dalam 4 perusahaan) berusia 25 tahun keatas disimpulkan, yaitu lima dimensi ServQual (Service Quality) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, lima dimensi tersebut yaitu Tangibles (bukti fisik), Reliability (keandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan), Emphaty (Empati).<sup>10</sup>

Menara kudus adalah salah satu bangunan bersejarah peninggalan Walisongo yang masih berdiri dengan sangat kokoh di Kudus. Menara ini merupakan sebuah landmark ikonik diKudus dan pernah dijadikan gambar pada pecahan uang 5ribu.Menara Kudus merupakan bagian dari Masjid Menara Kudus atau juga dikenal dengan Masjid Al Aqsa dan Masjid Al Manar.Masjid tersebut dibangun pada tahun 1549 M di bawah komando Sunan Kudus.Lokasi saat ini berada di Desa Kauman Kecamatan Kota Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Ada keunikan dari masjid ini karena

---

<sup>9</sup>Handoko, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Servis Quality) Sistem Informasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi kasus STMIK AMIKOM Ypgyakta dan AMIKOM Cipta Dharma Surakarta), Among Makarti, Vol. 4, No.8, Desember 2011, hal.2

<sup>10</sup> Rosita. dkk, Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Marga Satwaragunan Jakarta , Jurnal Manajemen Resort dan Leisure, 2016, Vol.13 No.1, hal. 63

memiliki menara yang serupa bangunan candi serta pola arsitektur yang memadukan konsep budaya Islam dengan budaya Hindu-Budha sehingga menunjukkan terjadinya proses Akulturasi dalam pengislaman Jawa. Dari keunikan tersebut menjadikan Menara Kudus sebagai salah satu wisata religi yang berada di Kabupaten Kudus. Melihat jumlah wisatawan yang mengunjungi wisata ini sangatlah banyak dan selain itu, pulau Jawa memberikan potensi wisatawan sebesar 5,64% (Sumber : Olahan berbagai sumber, 2012) terhadap keberadaan wisata religi. Hasil observasi awal lapangan diperoleh keterangan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Menara Kudus selama tahun 2012-2015 mengalami peningkatan bila ditabulasikan akan terlihat sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Tabulasi Jumlah Pengunjung**

| No | Tahun | Jumlah pengunjung |
|----|-------|-------------------|
| 1  | 2012  | 142.676 orang     |
| 2  | 2013  | 259.139 orang     |
| 3  | 2014  | 261.129 orang     |
| 4  | 2015  | 539.154 orang     |

Sumber: Hasil Observasi awal di kantor Menara Kudus

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pengunjung setiap tahunnya mengalami peningkatan. Lebih mengalami peningkatan lagi ketika waktu Ramadhan atau menjelang hari Raya Idul Fitri. Wisatawan yang datang mengalami peningkatan yang begitu luar biasa. Dulu dengan sekarang fasilitas di Menara Kudus sangat berbeda sekali. Fasilitas-fasilitas yang berada di Menara Kudus misalnya seperti eksteriornya yang dulunya tidak adanya taman sekarang ada taman, jalan yang sudah dimarmer seperti layaknya kerajaan. Kualitas jasa disini bisa dilihat dari tanggung jawab terhadap wisatawan sekarang yang sudah jelas dengan adanya cctv, yang lebih menarik lagi adalah diferensiasi dimana terdapat keunikan tersendiri dari bangunan arsitektur Menara Kudus yang

memadukan antara budaya islam di Jawa dan Hindu-Budha dan terjadi akulturasi budaya dalam pengislaman di Jawa.

Berdasarkan latar belakang diatas maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam perbedaan-perbedaan tersebut dalam pengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Maka penulis melakukan penelitian dan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Fasilitas, Kualitas jasa, Diferensiasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Menara Kudus”**.

## **B. Batasan penelitian**

Agar pembahasan penelitian dapat terfokus sesuai dengan permasalahannya maka disajikan batasan penelitian berikut ini:

1. Obyek penelitian adalah Menara Kudus
2. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari
  - a. Fasilitas sebagai variabel independen ( $X_1$ )
  - b. Kualitas jasa sebagai variabel independen ( $X_2$ )
  - c. Diferensiasi sebagai variabel independen ( $X_3$ )
  - d. Kepuasan wisatawan sebagai variabel dependen ( $Y$ )

## **C. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian pengaruh fasilitas, kualitas jasa, diferensiasi terhadap kepuasan wisatawan Menara Kudus ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan Menara Kudus?
2. Bagaimana pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan wisatawan Menara Kudus?
3. Bagaimana pengaruh diferensiasi terhadap kepuasan wisatawan Menara Kudus?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh bukti secara empiris pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan Menara Kudus
2. Untuk memperoleh bukti secara empiris pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan wisatawan Menara Kudus
3. Untuk memperoleh bukti secara empiris pengaruh diferensiasi terhadap kepuasan wisatawan Menara Kudus

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan teoritis
  - a. Mengembangkan ilmu pengetahuan ekonomi, mengenai pengembangan fasilitas, kualitas jasa, dan diferensiasi
  - b. Sebagai bahan dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai pengembangan fasilitas, kualitas jasa dan diferensiasi
  - c. Untuk lebih mendukung teori yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian
2. Kegunaan praktis
  - a. Bagi penulis untuk menambah pengalaman serta pengetahuan khusus tentang cara penulisan skripsi yang baik dan sekaligus untuk melatih penulis agar dapat menetapkan suatu permasalahan serta mencari alternatif pemecahannya
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh menara kudus dalam kepuasan wisatawan
  - c. Bagi pihak lain acuan akademis menambah perbendaharaan perpustakaan STAIN Kudus guna membantu para mahasiswa dalam menghadapi pemecahan masalah yang sama



## 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 awal

Bagian awal ini terdiri dari : halaman judul, nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, pernyataan asli, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, dan daftar isi.

### 2. Bagian isi

Pada bagian ini terdapat lima bab yang saling terikat, antara bab satu dengan bab lain yang saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab tersebut adalah sebagai berikut:

#### BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis membahas tentang latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan .

#### BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori yaitu, Fasilitas, kualitas jasa, diferensiasi, kepuasan wisatawan, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis

#### BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, populasi dan sampel, tata variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas instrumen, uji asumsi klasik, dan analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden, deskripsi data penelitian, hasil uji instrumen penelitian, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis data, dan pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran, dan penutup.

**3. Bagian akhir**

Pada bagian ini berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat hidup dan lampiran-lampiran.

