

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pada era globalisasi ini, perjalanan ke Tanah Suci Mekkah dan Medinah untuk melaksanakan ibadah umrah dan haji telah menjadi dambaan bagi umat Muslim di seluruh dunia. Di Indonesia, jumlah pendaftar untuk ibadah ini terus meningkat setiap tahunnya, menunjukkan tingginya minat dan keinginan umat muslim untuk menunaikan rukun islam ini.

Bagi PT. Ghifary Anugerah Ilahi Tour & Travel pelaku bisnis yang bergerak dibidang jasa perjalanan Umroh dan Haji, yang melayani perjalanan Haji dan Umrah untuk masyarakat Indonesia. Kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang penting dalam memuaskan pelanggan. Dengan memahami yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi suatu perusahaan. Kepuasan dapat diartikan sebagai hasil perbandingan antara harga yang diharapkan atas suatu jasa dengan kenyataan yang diterima seseorang. Oleh karena itu, jika penjual memberikan terlalu banyak informasi kepada pelanggan, pelanggan mungkin memiliki ekspektasi berlebihan dalam menerima layanan perjalanan. Ini adalah proses kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, selain kualitas dan harga layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya. Perusahaan perlu mendapatkan keuntungan, misalnya dengan menetapkan harga paket yang kompetitif. Biasanya, ketika pelanggan menggunakan layanan, mereka membandingkan harga paket, memilih layanan dengan harga dasar yang lebih rendah, dan memilih layanan dengan harga tiket kualitas yang sama.

Kualitas merupakan kunci strategis dalam upaya organisasi untuk mencapai kepuasan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan juga untuk menarik pelanggan baru. Untuk mencapai tujuan tersebut, organisasi harus memperhatikan perilaku karyawan dan membekali karyawan dengan pengetahuan yang cukup tentang Strategi layanan hebat, karena kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggan. Dari hasil observasi di PT. Ghifary Anugerah Illahi masih terdapat pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan pelanggan, adanya *miscommucation* atau informasi

yang kurang dipahami oleh pelanggan mengenai perjalanan dan jadwal keberangkatan. Penting bagi PT. Ghifary Anugerah Ilahi Tour & Travel untuk lebih memperhatikan lagi mengenai pelayanan kepada pelanggan, akan lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa, yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dan Faktor pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan pelanggan, memiliki karyawan yang profesional, tersedia sarana dan prasarana yang baik, tersedia semua produk yang diinginkan, bertanggung jawab kepada pelanggan dari awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu memberika kepercayaan kepada pelanggan.

Bukan hanya faktor kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, namun faktor harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, karena Harga menjadi sebuah pertimbangan awal seseorang dalam melakukan jual beli karena tidak semua orang berkecukupan atau lebih dalam hal materil. Dari hasil pengamatan di PT. Ghifary Anugerah Ilahi Tour & Travel, Harga produk paket tour yang masih relatif mahal jika dibandingkan dengan beberapa kompetitor lain. Sehingga pelanggan enggan memberikan rekomendasi kepada orang lain atau melakukan keputusan pembelian ulang. Tentunya hal ini menjadi perhatian bagi PT. Ghifary Anugerah Ilahi Tour & Travel untuk tidak menetapkan harga yang terlalu tinggi dibanding harga yang ditetapkan pesaing, karena pada umumnya pelanggan menginginkan harga yang lebih terjangkau.

Berikut data pelanggan dan harga di PT. Ghifary Anugerah Ilahi Tour & Travel pada tahun 2022-2023, sebagai berikut :

**Tabel 1.1. Data pelanggan dan harga di PT. Ghifary Anugerah Ilahi Tour & Travel tahun 2022 dan 2023**

<b>TAHUN 2022</b>				
<b>BULAN</b>	<b>TGL</b>	<b>JUMLAH JAMAAH/PAX</b>	<b>HARGA / JAMAAH</b>	<b>JUMLAH</b>
Januari	25	32	Rp31.000.000	Rp992.000.000
Februari	18	69	Rp28.000.000	Rp1.932.000.000
Maret	13	65	Rp30.000.000	Rp1.950.000.000
Maret	28	25	Rp24.000.000	Rp600.000.000
Maret	31	3	Rp30.000.000	Rp90.000.000
April	6	15	Rp36.950.000	Rp554.250.000
April	8	13	Rp27.500.000	Rp357.500.000
April	13	6	Rp30.000.000	Rp180.000.000
April	20	4	Rp29.000.000	Rp116.000.000
Mei	26	25	Rp29.000.000	Rp725.000.000
Agustus	6	11	Rp165.960.000	Rp1.825.560.000
Agustus	24	101	Rp29.450.000	Rp2.974.450.000
Agustus	25	24	Rp28.000.000	Rp672.000.000
Agustus	28	49	Rp31.150.000	Rp1.526.350.000
September	4	44	Rp33.450.000	Rp1.471.800.000
September	5	83	Rp28.700.000	Rp2.382.100.000
September	8	80	Rp32.500.000	Rp2.600.000.000
September	19	39	Rp24.600.000	Rp959.400.000
September	29	42	Rp30.700.000	Rp1.289.400.000
Oktober	1	45	Rp24.800.000	Rp1.116.000.000
Oktober	5	35	Rp26.500.000	Rp927.500.000
Oktober	9	34	Rp31.400.000	Rp1.067.600.000
Oktober	28	32	Rp32.800.000	Rp1.049.600.000
Oktober	29	4	Rp39.000.000	Rp156.000.000
November	22	21	Rp34.700.000	Rp728.700.000
November	23	24	Rp32.800.000	Rp787.200.000
November	23	94	Rp32.800.000	Rp3.083.200.000
Desember	25	45	Rp28.500.000	Rp1.282.500.000
Desember	26	11	Rp39.600.000	Rp435.600.000
Total	-	1075	-	Rp33.831.710.000

TAHUN 2023				
BULAN	TGL	JUMLAH JAMAAH/PAX	HARGA / PERJAMAH	JUMLAH
Januari	6	23	Rp28.500.000	Rp655.500.000
Januari	20	3	Rp29.500.000	Rp88.500.000
Februari	9	19	Rp36.000.000	Rp684.000.000
Februari	26	31	Rp32.000.000	Rp992.000.000
Februari	27	63	Rp35.000.000	Rp2.205.000.000
Maret	4	3	Rp33.400.000	Rp100.200.000
Maret	9	31	Rp24.300.000	Rp753.300.000
Maret	25	40	Rp30.000.000	Rp1.200.000.000
April	1	2	Rp45.900.000	Rp91.800.000
April	3	2	Rp37.300.000	Rp74.600.000
April	8	5	Rp51.800.000	Rp259.000.000
Juli	29	21	Rp42.400.000	Rp890.400.000
Agustus	1	1	Rp35.500.000	Rp35.500.000
Agustus	30	7	Rp27.300.000	Rp191.100.000
September	17	30	Rp32.450.000	Rp973.500.000
Oktober	5	3	Rp43.000.000	Rp129.000.000
Totl	-	284	-	Rp9.323.400.000

Dari data tabel 1.1 dan 1.2. di atas terlihat pada tahun 2022 Jumlah pelanggan sebanyak 1.075 Pelanggan, pada tahun 2023 sebanyak 284 pelanggan dan total dalam dua tahun sebanyak 1.359. Dalam setiap bulan di PT. Ghifary Anugerah Ilahi Tour & Travel selalu mengalami penurunan dan kenaikan jumlah pelanggan, ini menunjukkan bahwa dapat disimpulkan adanya permasalahan pada kepuasan pelanggan yang di pengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas pelayanan, harga atau yang lainnya.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul, Pengaruh kualitas pelaynan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di PT. Ghifary Anugerah Ilahi Tour & Travel.

## **I.2. Identifikasi Masalah**

Dengan melihat beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan pelanggan.
2. Masih adanya keluhan terhadap kualitas pelayanan mengenai keberangkatan yang tidak konsisten.

3. Informasi yang kurang dipahami oleh pelanggan mengenai perjalanan dan jadwal keberangkatan.
4. Harga produk paket tour yang masih relatif mahal jika dibandingkan dengan beberapa kompetitor lain.
5. Masih adanya komplain dari pelanggan PT. Ghifary Anugerah Ilahi Tour & Travel yang berhubungan dengan kualitas pelayanan.

### **I.3. Pembatasan Masalah**

Penelitian ini adalah sebagai berikut: Dari masalah yang sudah dijabarkan diatas, terlihat bahwa kualitas pelayanan dan harga masalah utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan alasan tersebut, maka penulis membatasi penelitian pada “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. Ghifary Anugerah Ilahi Tour & Travel untuk pelanggan 2022 dan 2023.

### **I.4. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahan pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Ghifary Anugerah Ilahi Tour & Travel ?
2. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Ghifary Anugerah Ilahi Tour & Travel ?
3. Apakah secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Ghifary Anugerah Ilahi Tour & Travel ?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mempunyai tujuan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Ghifary Anugerah Ilahi Tour & Travel.
2. Untuk mengetahui secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Ghifary Anugerah Ilahi Tour & Travel

3. Untuk mengetahui secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Ghifary Anugerah Ilahi Tour & Travel.

## **I.6. Manfaat Penelitian**

Dengan dilakukan penelitian ini semoga memberikan manfaat baik yang bersifat teori maupun praktis:

1. Bagi penulis

Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana 1 Jurusan manajemen.

2. Bagi PT. Ghifary Anugerah Ilahi Tour & Travel

Sebagai salah satu alat untuk mengetahui kualitas pelayanan dan harga yang diinginkan oleh Perusahaan.

3. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan khasanah kepustakaan dan tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

## **I.7. Sistematika Penulisan**

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

#### BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

#### DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sebagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.