

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Meningkatnya pemahaman masyarakat mengenai pentingnya nilai-nilai Islam dalam kehidupan, terutama di sektor ekonomi, telah mendorong peningkatan permintaan terhadap produk dan layanan berbasis syariah. Selain itu, perhatian global terhadap ekonomi syariah semakin meningkat, seiring dengan berkembangnya sektor layanan keagamaan di Indonesia. Dalam agama Islam berdiri atas lima pilar utama yang menjadi fondasi ajaran Islam, terdiri dari syahadat, salat, zakat, puasa, serta haji. Ibadah haji, yang merupakan rukun Islam kelima, menjadi kewajiban bagi setiap Muslim yang memiliki kemampuan fisik, mental, serta finansial. Namun, kewajiban ini tidak berlaku untuk semua Muslim, melainkan hanya bagi mereka yang memenuhi persyaratan tersebut.

Pelaksanaan ibadah haji telah menjadi kewajiban pemerintah. Hal ini tercantum berdasarkan ketentuan dalam UU Nomor 8 Tahun 2019 Pasal 1 (9) yang menyatakan bahwa Petugas Penyelenggara Ibadah Haji (PPIH), yang diangkat dan ditetapkan oleh menteri, bertanggung jawab atas pembinaan, pelayanan, dan perlindungan, serta pengawasan dan koordinasi pelaksanaan operasional Ibadah Haji di seluruh negeri dan Arab Saudi. (Undang-undang, 2019)

Sebagai bagian dari tanggung jawabnya, pemerintah secara konsisten berusaha meningkatkan kualitas penyelenggaraan ibadah haji. Upaya ini

dilakukan melalui memperbaiki sistem di berbagai bidang, termasuk aspek pelatihan petugas. Hal ini penting karena petugas haji memiliki peran strategis yang signifikan dalam menentukan keberhasilan pelaksanaan ibadah haji. (Alifatul, 2022) Dalam pelaksanaan pembimbingan ibadah haji, pemerintah, melalui Kementerian Agama sebagai penyelenggara, bekerja sama dengan masyarakat yang dapat memberikan bimbingan secara individu maupun kelompok. Dari sinilah terbentuk Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), yang didasarkan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji, sebagaimana diatur pada pasal 33 yang berbunyi: “Ketentuan mengenai pelibatan KBIHU dalam penyelenggaraan bimbingan dan pembinaan manasik haji reguler sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Menteri”. (Undang-undang, 2019)

Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) merupakan layanan ditujukan bagi masyarakat yang hendak menunaikan ibadah haji dan umrah. Pentingnya peran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIH) dalam membina dan membimbing jamaah dalam proses ibadah haji dan umrah, mulai dari tahap pendaftaran hingga pelaksanaannya. Melaksanakan ibadah haji lebih dari satu kali hukumnya menjadi sunnah. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah Ali-Imran [3]: 97 yang berbunyi:

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مِّمَّا قَامُوا بِهِمْ ۗ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ  
فَإِنَّ اللَّهَ عَنِّي عَنِ الْعَالَمِينَ ۝

Artinya: *Di dalamnya terdapat tanda-tanda yang jelas, (di antaranya) Maqam Ibrahim. Siapa yang memasukinya (Baitullah), maka amanlah dia. (Di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, (yaitu bagi) orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Siapa yang mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Mahakaya (tidak memerlukan sesuatu pun) dari seluruh alam. (Q.S. Al-Imran: 97)*

Banyaknya KBIH yang menyediakan layanan bagi masyarakat untuk menunaikan ibadah haji dan umrah, serta bertambahnya minat masyarakat untuk melakukan ibadah tersebut, diiringi dengan meningkatnya permintaan, menimbulkan tantangan besar dalam meningkatkan kualitas KBIH di berbagai aspek (Saputra, 2018).

Menurut Kotler et al., (2021), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil (kinerja) produk yang dipikirkan dengan hasil yang diharapkan. (Putri Maulidiah & Budiantono, 2023) Berdasarkan Assauri (2003), kepuasan pelanggan berperan dalam membentuk persepsi yang pada akhirnya dapat menentukan posisi produk perusahaan di mata konsumennya. (Muhammad, 2020) Konsumen akan merasa puas jika perusahaan mampu memenuhi keinginan mereka sesuai dengan ekspektasi yang telah ditetapkan. KBIH memiliki peran penting dalam memastikan bahwa layanan memenuhi kebutuhan dan harapan jamaah. Kepuasan konsumen terhadap KBIH tidak hanya berdampak pada loyalitas jamaah, tetapi juga berpengaruh terhadap reputasi dan keberlanjutan lembaga tersebut, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat. Meski demikian,

tingkat kepuasan konsumen sering kali dipengaruhi oleh sejumlah faktor, seperti kualitas pelayanan, kompetensi pembimbing, fasilitas yang tersedia, serta efektivitas komunikasi antara KBIH dan jamaah.

Berikut ini disajikan gambaran perkembangan jumlah jamaah umrah dan haji di Indonesia selama periode 2020 hingga 2024.



**Gambar 1. 1 Jumlah Jamaah Umrah dan Haji Indonesia Periode 2020-2024**

Sumber: kemenag.go.id

Berdasarkan gambar tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun muncul berbagai isu penipuan terkait umrah, hal ini tidak mengurangi semangat jamaah untuk melaksanakan ibadah di Tanah Suci. Peningkatan jumlah jamaah setiap tahun juga menjadi peluang bagi biro perjalanan umrah untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam membantu keberangkatan jamaah ke Tanah Suci. (Muhammad, 2020)

Layanan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) berperan penting dalam mempersiapkan calon jamaah haji agar siap secara fisik, mental, dan spiritual untuk melaksanakan ibadah haji. KBIH Al-Falah Bandung, sebagai

salah satu lembaga penyelenggara ibadah haji dan umrah di Bandung, berfungsi sebagai penyalur atau jembatan bagi calon jemaah yang ingin melaksanakan ibadah. Dengan bertambahnya jumlah jemaah setiap tahunnya, KBIH Al-Falah menghadapi tantangan untuk terus memperbaiki kualitas layanan guna memenuhi harapan dan kebutuhan jemaah. Tetapi, tingkat kepuasan konsumen sering kali dipengaruhi oleh sejumlah faktor, seperti kualitas pelayanan, kompetensi pembimbing, harga, fasilitas yang tersedia, serta efektivitas komunikasi antara KBIH dan jemaah

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di KBIH Al-Falah sangat penting untuk mengetahui sejauh mana layanan yang diberikan sesuai dengan harapan jemaah. Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor utama yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga hasilnya dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, KBIH Al-Falah dapat merancang strategi yang lebih efektif guna meningkatkan daya saing, memperkuat loyalitas jemaah, dan mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang diberikan.

Penelitian pertama bersumber dari judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Qudwah Mart Di Lebak oleh (Stai & Mashiro, 2022) , peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan perlu dilakukan secara berkelanjutan guna memperkuat tingkat kepuasan dan kepercayaan konsumen. Kepuasan pelanggan Qudwah Mart akan tercapai

apabila mereka merasakan kepuasan atas kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan.

Penelitian kedua bersumber dari judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen kopi Pininta Pematangsiantar oleh (Butar et al., 2021) Dalam dimensi harga, yang ditinjau melalui indikator harga yang ditawarkan, permasalahan tersebut dapat diatasi melalui penerapan strategi bundling (paket harga) atau pemberian potongan harga pada hari-hari tertentu. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk dan mendorong keputusan pembelian.

Penelitian ketiga bersumber dari judul Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada UD. Sari Jaya Buah Kabupaten Badung oleh (adhi, 2021). Analisis data menunjukkan bahwa promosi memiliki kontribusi yang positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan UD. Sari Jaya Buah. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin efektif strategi promosi yang dijalankan, maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk meningkatkan upaya promosi secara lebih intensif, antara lain melalui kegiatan promosi di kawasan perumahan sekitar lokasi usaha, pemanfaatan media sosial, pemberian potongan harga, serta program kartu member bagi pelanggan yang rutin melakukan pembelian.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya

terhadap kinerja (hasil) dan harapan- harapannya. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang disertai dengan pemenuhan keinginan mereka, melalui penyampaian layanan yang tepat guna mencapai harapan dan menghasilkan kepuasan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanann salah satu adalah harga dan promosi.

Harga merupakan jumlah uang atau media pertukaran lainnya, termasuk produk dan jasa, yang digunakan untuk mendapatkan hak kepemilikan atau akses terhadap suatu barang atau layanan, yang pada akhirnya memberikan kepuasan kepada konsumen.

Promosi adalah salah satu elemen dalam bauran pemasaran perusahaan yang dimanfaatkan untuk menyampaikan, meyakinkan, dan mengingatkan konsumen mengenai produk perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana kepuasan pelanggan di KBIH Al-Falah dipengaruhi oleh hal-hal seperti harga, kualitas pelayanan, dan promosi. serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan kualitas layanan di masa depan, dan penerapan strategi harga tersebut harus tetap memperhatikan prinsip keadilan, kejujuran, dan tidak merugikan salah satu pihak, sebagaimana diatur dalam nilai-nilai ekonomi Islam. Oleh karena itu, penelitian ilmiah ini akan dilakukan dengan langsung mengumpulkan data dari responden jemaah KBIH Al-Falah untuk mengeksplorasi lebih dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat jamaah dalam memilih

KBIH Al-Falah. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti akan mengangkat judul penelitian **"ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI DALAM MEMPENGARUHI TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DI KBIH AL-FALAH BANDUNG"**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di KBIH Al-Falah?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di KBIH Al-Falah?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di KBIH Al-Falah?
4. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap tingkat kepuasan konsumen di KBIH Al-Falah?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka peneliti tujuan dilakukannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di KBIH Al-Falah.

2. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di KBIH Al-Falah.
3. Untuk mengetahui promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di KBIH Al-Falah.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap tingkat kepuasan konsumen di KBIH Al-Falah.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pandangan peserta terhadap layanan yang diberikan. Dengan memahami persepsi peserta, serta mengidentifikasi dan menerapkan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan, harga, dan promosi, KBIH Al-Falah dapat mencapai tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, meningkatkan pendapatan, memperkuat posisi di pasar, dan meraih kesuksesan bisnis yang berkelanjutan. Selain itu, KBIH Al-Falah dapat melakukan evaluasi terhadap layanan yang diberikan untuk meningkatkan kepuasan jamaah haji..

##### **2. Manfaat Praktis**

Sedangkan secara praktis penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk:

###### **a. Akademisi**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif baru bagi para akademisi dalam mengidentifikasi kualitas pelayanan, harga, dan promosi pada kepuasan konsumen dalam konteks lembaga bimbingan ibadah haji, serta menemukan pendekatan-pendekatan yang efektif di KBIH.

b. Penulis

Diharapkan penelitian ini akan membantu mengembangkan teori-teori terkait. kepuasan pelanggan dalam layanan bimbingan haji. Hasil yang diperoleh akan menambah wawasan dalam literatur terkait pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi pada kepuasan konsumen dalam konteks lembaga bimbingan ibadah haji, khususnya di KBIH Al Falah.

