

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Penyelenggaraan ibadah umroh di Indonesia telah menjadi salah satu industri yang sangat berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini seiring dengan meningkatnya jumlah calon jamaah (Nurhabibah, 2022) yang ingin menjalankan ibadah umroh, dipengaruhi oleh faktor ekonomi, sosial, dan budaya masyarakat Indonesia yang semakin terbuka terhadap aksesibilitas ibadah (Didik, Iskandar, & Luluk, 2022). Berdasarkan laporan kinerja Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah Kementerian Agama RI, jumlah jamaah umroh Indonesia pada tahun 2023 tercatat sebanyak 1.227.747 jamaah menurut data dari SISKOPATUH (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2024). Adapun data lengkapnya dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1.1 Daftar Jumlah Jamaah Umroh Indonesia Pada Tahun 2023**

No	Provinsi	Jumlah Jamaah	Persentase
1	Jawa Barat	247.667	18,10 %
2	Jawa Timur	228.151	16,67 %
3	DKI Jakarta	210.025	15,35 %
4	Jawa Tengah	133.901	9,78 %
5	Banten	73.829	5,39 %
6	Sulawesi Selatan	71.045	5,19 %
7	Kalimantan Selatan	45.500	3,32 %
8	Sumatera Utara	41.705	3,05 %
9	Sumatera Selatan	39.311	2,87 %
10	Riau	32.801	2,40 %
11	Aceh	30.505	2,23 %
12	Kalimantan Timur	29.899	2,18 %

13	Sumatera Barat	24.777	1,81 %
14	Lampung	20.367	1,49 %
15	DIY	19.694	1,44 %
16	NTB	18.479	1,35 %
17	Jambi	14.488	1,06 %
18	Kalimantan Tengah	12.860	0,94 %
19	Kalimantan Barat	12.655	0,92 %
20	Sulawesi Tenggara	12.039	0,88 %
21	Sulawesi Tengah	7.591	0,55 %
22	Kepulauan Riau	6.723	0,49 %
23	Bengkulu	5.959	0,44 %
24	Bangka Belitung	4.640	0,34 %
25	Sulawesi Barat	3.891	0,28 %
26	Maluku Utara	3.368	0,25 %
27	Gorontalo	3.278	0,24 %
28	Bali	3.066	0,22 %
29	Papua	2.974	0,22 %
30	Kalimantan Utara	2.222	0,16 %
31	Papua Barat	1.682	0,12 %
32	Sulawesi Utara	1.540	0,11 %
33	Maluku	1.180	0,09 %
34	NTT	804	0,06 %

Sumber: (Himpunews, 2024)

Pertumbuhan tersebut mendorong laju kompetisi antar pelaku layanan yang terus meningkat perjalanan umroh (Imamah & Wahyuni, 2024), masing-masing biro travel berlomba-lomba menawarkan produk paket umroh yang beragam dan pelayanan yang lebih baik (Ekasari et al., 2021). Dalam konteks ini, perusahaan penyedia jasa perjalanan umroh dituntut untuk dapat menghadirkan variasi produk yang relevan dengan kebutuhan dan harapan jamaah, seperti variasi paket perjalanan, fasilitas yang ditawarkan, dan kelengkapan layanan ibadah.

PT Safar Wisata Madina sebagai pendatang baru berupaya menembus pasar umroh yang sangat kompetitif melalui tiga variasi produk unggulan, yaitu Paket Bersahabat, Paket Bahagia, dan Paket Luar Biasa. Lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1.2 Daftar Variasi Produk PT Safar Wisata Madina**

<b>Jenis Paket</b>	<b>Kelebihan (Plus)</b>	<b>Waktu</b>
Paket Bersahabat	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Harga terjangkau</li> <li>- Makanan khas Indonesia</li> <li>- Jarak hotel 300 m ke Nabawi &amp; 600 m ke Masjidil Haram</li> </ul>	10 hari
Paket Bahagia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak transit</li> <li>- Maskapai kelas 2</li> <li>- Jarak hotel 300 m ke Nabawi &amp; 500 m ke Masjidil Haram</li> </ul>	12 hari
Paket Luar Biasa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hotel dekat pelataran Masjidil Haram</li> <li>- Hotel bintang 4 &amp; 5</li> <li>- Persaingan ketat untuk pendatang baru</li> </ul>	12 hari
Paket Umroh + Mesir	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hotel berjarak sekitar 350–400 m dari masjidil haram</li> <li>- Maskapai Luar negeri</li> <li>- Makanan khas Indonesia</li> <li>- Wisata ke mesir</li> </ul>	14 hari
Umroh + Turkey	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hotel berjarak sekitar 200–300meter dari Masjidil Haram</li> <li>- Wisata ke Turkey</li> </ul>	14 hari

Sumber: PT Safar Wisata Madina (2025)

Berdasarkan tabel 1.2, PT Safar Wisata Madina menawarkan tiga jenis paket umroh dengan fasilitas dan kelebihan yang berbeda. Paket Bersahabat ditujukan bagi jamaah yang mengutamakan harga terjangkau, meskipun harus melalui penerbangan transit dan jarak hotel sekitar 300meter dari Masjid Nabawi serta 600 meter dari Masjidil Haram. Paket ini juga dilengkapi dengan sajian makanan khas Indonesia yang sesuai dengan selera jamaah tanah air.

Selanjutnya, Paket Bahagia memberikan fasilitas yang lebih nyaman dengan maskapai kelas dua dan jarak hotel yang relatif dekat, yaitu 300 meter dari Masjid Nabawi dan 500 meter dari Masjidil Haram. Meskipun harga paket ini lebih tinggi, jamaah tidak perlu mengalami transit, sehingga perjalanan lebih praktis dan efisien. Sementara itu, Paket Luar Biasa merupakan paket premium dengan harga yang lebih tinggi dan persaingan ketat di pasar, khususnya bagi biro perjalanan baru. Namun, paket ini menawarkan keunggulan yang signifikan, yaitu akomodasi hotel bintang 4 dan 5 yang terletak sangat dekat dengan pelataran Masjidil Haram, sehingga memberikan kenyamanan maksimal bagi jamaah. Selain itu, terdapat juga paket tambahan seperti Umroh + Mesir dan Umroh + Turkey dengan harga Rp35.500.000, yang memberikan nilai tambah berupa wisata religi ke luar negeri selain ibadah umroh. Adapun paket berharga di bawah Rp30.000.000,00 selalu terisi penuh pada setiap periode keberangkatan, menandakan adanya preferensi calon jamaah terhadap kombinasi paket produk yang ditawarkan. Adapun jumlah jamaah yang memilih paket paket umroh bersahabat (103 jama'ah), paket umroh luar biasa (4 jama'ah), dan paket umroh + Mesir (29 jama'ah), Meski demikian, PT Safar Wisata Madina masih perlu memvalidasi secara komprehensif paket yang paling sesuai dengan kebutuhan konsumen, khususnya terkait jarak hotel ke Masjidil Haram/Nabawi dan reputasi maskapai penerbangan seperti yang selalu ditanyakan oleh pelanggan.

Selain variasi produk, kualitas pelayanan merupakan aspek penting yang menentukan daya saing biro perjalanan umroh. Pelayanan tidak hanya

dipahami sebagai fasilitas yang diberikan, tetapi juga mencakup keseluruhan pengalaman jamaah sejak proses administrasi, termasuk kenyamanan selama proses administrasi, kejelasan informasi keberangkatan, komunikasi yang responsif hingga pelaksanaan ibadah serta pelayanan yang diberikan selama perjalanan (Amalia & Munawaruzaman, 2022), (Hidayat, 2022). Berikut merupakan pelayanan yang diberikan kepada jama'ah umroh PT Safar Wisata Madina :

**Tabel 1.3 Daftar Pelayanan PT Safar Wisata Madina**

No	Aspek Layanan	<i>Service Exelent</i>	Rencana/Pengembangan Layanan ke Depan
1	Administrasi perjalanan	Pendaftaran dan bantuan pembuatan paspor	
2	Pendampingan ibadah	Bimbingan manasik dasar di tempat dan waktu yang telah disediakan dan bimbingan ke Rumah masing-masing bagi yang berhalangan hadir	Pelaksanaan manasik di balai desa agar lebih mudah diikuti oleh semua jamaah dari semua kalangan bukan hanya menengah ke atas
3	Mutawif (Pendamping ibadah)	Biasanya terdiri dari 1 atau 2 orang namun diberikan > 3 orang	Relasi mahasiswa yang sedang liburan dimagangkan di Saudi untuk menambah tim sehingga pendampingan semakin prima.
4	Informasi & komunikasi	Penyediaan grup komunikasi (WhatsApp/Telp), layanan call center 24 jam	
5	Fasilitas transport/hotel	Antar jemput Jama'ah	
6	Kesehatan & keselamatan	Pemeriksaan kesehatan awal, asuransi perjalanan, pendampingan medis ringan	
7	Perlengkapan jamaah	Pemberian perlengkapan (tas, mukena, kain ihram, buku panduan)	
8	Dokumentasi perjalanan	Foto/video perjalanan, sertifikat umroh	

Sumber: PT Safar Wisata Madina (2025)

Berdasarkan sisi pelayanan, PT Safar Wisata Madina telah menawarkan bantuan pembuatan paspor, layanan antar-jemput jamaah, Pendampingan ibadah, Informasi & komunikasi, fasilitas transport, kesehatan & keselamatan, Perlengkapan jamaah, dan dokumentasi perjalanan sebagai diferensiasi awal. Namun, kebutuhan pelanggan umroh kini semakin kompleks, PT Safar Wisata Madina memerlukan bukti empiris mengenai model pelayanan tambahan yang paling diinginkan oleh calon jamaah agar dapat menyesuaikan program layanannya secara tepat.

Selain itu, dalam konteks pemasaran jasa, keputusan pembelian merupakan tahapan penting yang menunjukkan kesediaan konsumen dalam menentukan pilihan terhadap suatu produk atau layanan. Ketika variasi produk mampu menjawab kebutuhan konsumen dan kualitas pelayanan memberikan rasa aman serta nyaman, maka kemungkinan terjadinya keputusan pembelian akan semakin tinggi. Kombinasi antara variasi produk yang menarik dan pelayanan yang berkualitas diyakini berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian calon jamaah dalam memilih paket umroh dari suatu perusahaan travel.

Permasalahan yang dihadapi dalam penyelenggaraan jasa perjalanan umroh adalah bagaimana biro travel mampu menyesuaikan variasi produk dan kualitas pelayanan dengan kebutuhan calon jamaah yang beragam. Meskipun PT Safar Wisata Madina telah menawarkan beberapa jenis paket, mulai dari Paket Bersahabat dengan harga terjangkau, Paket Bahagia dengan fasilitas lebih nyaman, hingga Paket Luar Biasa dan paket kombinasi wisata religi ke

luar negeri, faktanya tidak semua paket diminati secara merata. Paket dengan harga lebih rendah selalu cepat terisi penuh, sedangkan paket premium cenderung kurang diminati, sehingga menimbulkan pertanyaan apakah variasi produk yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan preferensi konsumen. Di sisi lain, kualitas pelayanan juga menjadi faktor krusial yang menentukan keputusan pembelian, mengingat jamaah tidak hanya membeli produk perjalanan tetapi juga pengalaman ibadah. Walaupun PT Safar Wisata Madina telah memberikan berbagai layanan seperti bantuan administrasi, bimbingan manasik, mutawif, fasilitas transportasi, serta pendampingan kesehatan, kebutuhan jamaah semakin kompleks, terutama terkait kenyamanan, kejelasan informasi, dan kemudahan akses layanan. Melihat dinamika yang terjadi di lapangan dan tantangan yang dihadapi oleh PT Safar Wisata Madina wawasan tersebut penting agar produk yang ditawarkan benar-benar selaras dengan preferensi pasar, sementara pelayanan yang diberikan mampu menumbuhkan kepuasan sekaligus loyalitas pelanggan. Hasil penelitian diharapkan menjadi dasar pengambilan keputusan strategis PT Safar Wisata Madina sekaligus memperkaya literatur manajemen pemasaran jasa, khususnya di sektor penyelenggaraan umroh di Indonesia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasar kajian pada latar belakang, isu utama yang perlu dikaji dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Safar Wisata Madina?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Safar Wisata Madina?
3. Apakah variasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Safar Wisata Madina?

### **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dirancang dengan ruang lingkup yang terbatas untuk memastikan bahwa fokus kajian tetap terarah, tidak melebar ke hal-hal yang di luar sasaran. Pembatasan ini dilakukan secara sengaja agar proses penelitian berjalan lebih sistematis dan hasil yang diperoleh dapat benar-benar mencerminkan tujuan utama yang ingin dicapai.

#### **1.3.1 Ruang Lingkup Subjek**

Subjek dalam penelitian ini terdiri dari para pelanggan yang telah menggunakan layanan paket umroh dari PT Safar Wisata Madina

#### **1.3.2 Ruang Lingkup Objek**

Objek penelitian ini terbatas pada variabel variasi produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian.

#### **1.3.3 Ruang Lingkup Tempat**

Ruanglingkuptempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah PT Safar Wisata Madina yang berlokasi di Jl. Raya Bernung No. 51 Gedong Tataan, Pesawaran.



### **1.3.4 Ruang Lingkup Waktu**

Penetapan ruang lingkup waktu pada penelitian ini disesuaikan dengan kebutuhan dan proses pelaksanaan penelitian secara keseluruhan. Penelitian dijadwalkan berlangsung selama periode April hingga Agustus 2025

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian pada PT Safar Wisata Madina
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Safar Wisata Madina
3. Pengaruh variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Safar Wisata Madina

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

1. Memberikan kontribusi dalam pengembangan teori pemasaran khususnya dalam industri perjalanan umroh, dengan fokus pada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian.
2. Memberikan kontribusi dalam pengembangan teori pemasaran khususnya dalam industri perjalanan umroh, dengan fokus pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

1. Memberikan rekomendasi kepada PT Safar Wisata Madina untuk merancang produk yang unggul berdasarkan hasil penelitian.
2. Membantu penyedia layanan umroh dalam meningkatkan kualitas pelayanan guna meningkatkan keputusan pembelian.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini memaparkan latar belakang yang menjadi dasar pelaksanaan penelitian, identifikasi dan perumusan masalah, batasan kajian, tujuan serta manfaat penelitian, dan juga sistematika penulisan laporan secara keseluruhan.

### **BAB II. LANDASAN TEORI**

Bab ini disusun untuk memberikan landasan teoritis yang kuat bagi penelitian yang dilakukan. Dalam bab ini, penulis menjelaskan teori-teori yang mendasari variabel penelitian, merangkum hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan, serta merumuskan hipotesis yang akan diuji.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan pendekatan, strategi, serta prosedur sistematis yang diterapkan dalam upaya menjawab rumusan masalah penelitian. Tujuannya adalah memberikan penjelasan yang runtut dan terperinci mengenai metode yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian.

#### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh melalui analisis data.

Selanjutnya dilakukan pembahasan yang mengaitkan hasil penelitian dengan teori yang digunakan, serta perbandingan dengan hasil penelitian terdahulu.

#### **BAB V. SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran yang dapat diberikan baik untuk pihak perusahaan/instansi terkait maupun untuk penelitian selanjutnya.