

Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Haji PT Travel Umrah dan Haji Di Provinsi Lampung

Fitri Andriyani¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Alifa Pringsewu Lampung, Indonesia

Email: Fitriand34@gmail.com

Allan Harris²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Alifa Pringsewu Lampung, Indonesia

Muhammad Faizal Reza³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Alifa Pringsewu Lampung, Indonesia

Abstract:

The purpose of this study is to evaluate the impact of PT Travel Umrah and Haji's haji savings service on customer satisfaction in the province of Lampung. Muslims consider the Hajj and Umrah pilgrimages to be imperative, and travel companies that assist with these pilgrimages provide savings plans to clients who are unable to afford them.

The degree to which customer happiness is influenced by the quality of service and Hajj savings products offered to them, therefore discouraging them from moving to other banks, is the research problem in this study. The main goal of this research is customer happiness. Customer satisfaction increases with the caliber of both the Hajj savings product and the service rendered.

A quantitative approach is used in this study to gather both primary and secondary data. With a sample size of 100 consumers, the research population comprises 5,010 persons who are Hajj savings clients in 2022. A value of 0.270 from multiple linear regression analysis indicates a strong positive relationship between customer happiness and service quality.

Keywords : Service Quality; Customer Satisfaction; Hajj Savings

Introduction

Menjalankan ibadah umrah ataupun haji merupakan salah satu dari banyak hal yang didambakan para umat muslim diseluruh dunia tidak terkecuali di Provinsi Lampung. Ibadah haji merupakan bentuk ritual tahunan yang dilaksanakan kaum muslim sedunia yang mampu (material, fisik, dan keilmuan), dengan berkunjung dan melaksanakan ibadah haji terdapat beberapa kegiatan di Arab Saudi pada waktu yang dikenal sebagai musim haji (bulan Dzulhijah)¹. Kalangan ahli fiqh mengartikan bahwa Haji adalah niatan datang ke Baitullah untuk menunaikan ritual ibadah tertentu. Ibnu Al-Humam mengartikan bahwa Haji adalah pergi menuju Baitul Haram untuk menunaikan aktivitas tertentu pada waktu tertentu. Para ahli fiqh lainnya juga berpendapat bahwa Haji adalah mengunjungi tempat-tempat tertentu dengan perilaku tertentu pada waktu tertentu².

Biaya yang harus dikeluarkan guna pergi ke tanah suci tidak bisa dikatakan sebagai nominal yang kecil akan tetapi banyak umat muslim yang rela mengeluarkan biaya yang cukup besar tersebut guna menunaikan haji ataupun umrah. Hal tersebut wajar sekali dilakukan, karena mengingat bahwa menunaikan ibadah haji yang merupakan rukun islam ke lima. Perihal permasalahan biaya yang cukup besar ini menjadi salah satu faktor tidak semua umat muslim bisa pergi haji ataupun umrah. Terlebih jika melihat mayoritas masyarakat di Provinsi Lampung yang berprofesi sebagai petani, dalam artian bahwa pendapatan yang dihasilkan mengandalkan hasil panen yang tidak bisa selalu diprediksi³. Guna mengatasi permasalahan terkait biaya bagi nasabah, banyak dari penyedia jasa umrah dan haji yang akhirnya menyediakan sarana bagi para nasabah untuk menghimpun atau menabung sesuai kemampuan dari masing-masing nasabah dalam jangka waktu panjang. Hal ini

¹ Noor, M. (2018). Haji dan Umrah. *Jurnal Humaniora Teknologi*, 4(1)

² Azzam, Abdul Aziz Muhammad dan Abdul Wahab Sayyed Hawwas. (2009). *Fiqih Ibadah*. Jakarta: Sinar Grafika Offset

³ *Laporan Perekonomian Provinsi Lampung Mei 2023*. (n.d.). Retrieved October 29, 2023, from <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Pages/Laporan-Perekonomian-Provinsi-Lampung-Mei-2023.aspx>

diharapkan mampu membantu para nasabah yang kesulitan mengumpulkan biaya agar lebih mudah dan tertata dalam proses pengumpulan biayanya, karena sistem pengumpulan dana ini sama dengan sistem menabung⁴.

Disamping keuntungan adanya tabungan bagi masyarakat, nyatanya adanya sistem tabungan haji yang diadakan oleh beberapa PT travel haji dan umrah yang ada di Provinsi Lampung ini juga mengundang kekhawatiran bagi sebagian besar masyarakat karena cukup banyak kasus penipuan yang mengatasnamakan suatu PT umrah dan travel dan menawarkan layanan tabungan haji. Salah satu contohnya adalah penipuan yang dilakukan oleh agen travel PT Naila Syafaah Wisata Mandiri yang kasusnya diangkat ke media pada awal bulan januari tahun 2023⁵, lalu pada awal april tahun 2023 Kementerian Agama Provinsi Lampung menghimbau kepada masyarakat untuk meningkatkan kehati-hatian terhadap travel umrah dan haji yang menawarkan harga murah akibat maraknya penipuan yang dialami oleh masyarakat⁶.

Walau tidak semua lembaga-lembaga kecil yang membuka pelayanan penyimpanan dana dan produk pendaftaran pemberangkatan haji melakukan penipuan, tetapi hal tersebut akan mempengaruhi lembaga-lembaga lain. Pada dasarnya hal tersebut mempengaruhi kepuasan nasabahnya. Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat, meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing, menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing⁷. Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri mencatat Provinsi Lampung memiliki 8,88 juta jiwa pada tahun 2021 dan 96,05% atau sebanyak 8,53 masyarakat Lampung memeluk agama islam⁸. Berdasarkan data statistik penduduk tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas masyarakat Lampung memiliki keinginan untuk menunaikan rukun islam ke lima yakni ibadah haji.

Suatu penyedia jasa travel haji dan umrah pastinya akan menciptakan strategi dengan harapan tetap exist dan sukses dalam persaingan, salah satu caranya adalah dengan mempertahankan nasabah karena nasabah merupakan faktor penting bagi perkembangan suatu perusahaan yang bergerak di sektor ekonomi ataupun jasa. Tanpa adanya nasabah suatu perusahaan tidak akan menjalankan kegiatan usahanya. Oleh karena itu perusahaan diharapkan bisa memberikan perhatian yang lebih dan dapat memberikan kesan yang baik kepada nasabah⁹. Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dengan adanya kualitas pelayanan dan kualitas produk agar nasabah memberi kesan yang baik dan timbullah rasa kepuasan pada nasabah. Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Hal ini dapat berarti jika kinerja dibawah harapan, nasabah akan merasa tidak puas. Begitu juga sebaliknya, jika kinerja sama dengan harapan, nasabah merasa puas, dan jika kinerja melebihi harapan, nasabah akan sangat puas dan bahagia.

⁴ Aziz Zakiruddin, M. (2021). Dynamics Of Hajj Financial Management Regulation In Efforts To Good Governance. *Jurnal Ilmiah Mizani: Wacana Hukum, Ekonomi, Dan Keagamaan*, 8(2), 147–160.

⁵ Marak Penipuan Travel Umrah, Kemenag Lampung Ingatkan Masyarakat Hati-Hati. (n.d.). Retrieved October 29, 2023, from <https://diskursusnetwork.com/2023/04/03/marak-penipuan-travel-umrah-kemenag-lampung-ingatkan-masyarakat-hati-hati/>

⁶ Ibid

⁷ Hasan, A. (2010). *Marketing bank syariah: Cara jitu meningkatkan pertumbuhan pasar bank syariah* / Ali Hasan. Ghalia Indonesia.

⁸ Kusnandar, V. B. (n.d.). *Mayoritas Penduduk Lampung Beragama Islam pada 2021*. Retrieved October 29, 2022, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/01/mayoritas-penduduk-lampung-beragama-islam-pada-2021>

⁹ Istikomah, I. (2017). *Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BTN Syariah Cabang Surakarta)*. Skripsi. Surakarta, Institut Agama Islam Negeri., h. 1.

Kepuasan nasabah berkorelasi dengan kualitas pelayanan yang disediakan oleh suatu perusahaan, dan terdapat beberapa indikator kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry diantaranya adalah berwujud (*Tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Kehandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai harapan pelanggan. Ketanggapan (*Responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, jaminan. Kepastian (*Assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan para pelanggan kepada perusahaan. Empati (*Empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang memberikan kepada para pelanggan dengan berupa memahami keinginan mereka¹⁰

Berdasarkan uraian diatas peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Haji PT Travel Umrah Dan Haji Di Provinsi Lampung”.

Method

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dimana penelitian yang berupa angka atau bilangan¹¹. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan sekunder. Sehingga pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan angket atau kuesioner yang menggunakan daftar pertanyaan terstruktur berdasarkan indikator. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah haji tahun 2022 yakni sebanyak 5010 jiwa sedangkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada pendapat slovin yakni

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel Minimal

N = Jumlah Populasi

e =Persentase Kelonggaran Ketelitian

Berdasarkan penentuan sampel menggunakan pendapat Slovin dengan toleransi eror sebesar 10% maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 98 atau jika dibulatkan menjadi 100. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling kuota dimana sampel diambil berdasarkan kuota yang telah ditetapkan sebelumnya yakni 100 dan pengambilan data akan menggunakan kuesioner berbentuk skala likert serta dilakukan observasi dan wawancara singkat kepada para subyek penelitian.

Discussion

Dari hasil uji data yang telah dilakukan menggunakan software SPSS 20.00 dan hasil observasi serta wawancara yang telah dilakukan didapatkan bahwa sebagian besar sampel menyatakan alasan mereka memilih suatu PT travel umroh dalam proses tabungan haji yang akan dilakukan adalah karena ulasan yang didapatkan pada halaman web masing-masing perusahaan tersebut serta

¹⁰ Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22

¹¹ Sulyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis, Edisi.2*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

bagaimana cara pegawai dalam melayani para nasabah tanpa membeda bedakan berdasarkan suatu ketentuan tertentu.

Lebih lanjut, jika dilihat berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan hasil sebagai berikut

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(constant)	2.092	1.886		1.109	.270
Kualitas pelayanan Kepuasan nasabah	.339	.063	.515	5.391	.076

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa antara variabel bebas dengan variabel terikat memperoleh nilai constants dalam bentuk positif sebesar 2.092 maka dapat diartikan bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dalam artian positif. Maka dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan yang diterima oleh nasabah akan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam artian positif.

Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini mendukung hasil penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh Fakhmy (2019) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif yang diperoleh variabel kepuasan nasabah dari variabel kualitas pelayanan yang dididapatkannya. Hal ini juga sejalan dengan dengan teori kepuasan layanan yang dikemukakan oleh david garvin yang menyatakan bahwa didalam kepuasan pelayanan terdapat hal hal yang harus dipenuhi yakni kinerja yang baik, keistimewaan produk karena individu cenderung lebih tertarik dengan produk atau layanan yang jelas benefit yang akan didapatkan dan keistimewaan dari produk atau jasa tersebut, kehandalan atau kecakapan yakni mengacu pada tingkat keberhasilan layanan atau produk yang sedang ditawarkan, kesesuaian yakni mengacu pada penjelasan yang diberikan mengenai suatu produk atau layanan dengan hasil lapangan, ketahanan yakni mengacu pada seberapa ekonomis dan praktis layanan atau produk yang ditawarkan, kemampuan yakni keunggulan yang dimiliki suatu jasa atau produk dibandingkan dengan jasa atau produk yang serupa, estetika mengacu pada pertimbangan dan sudut pandang pribadi para nasabah, lalu ada *fit and finish* aspek ini mengacu pada perasaan secara subjektif yang dimiliki nasabah terhadap produk atau jasa tersebut¹²

Conclusion

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah maka setelah dilakukannya uji data didapatkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasaan nasabah hal tersebut dilihat berdasarkan uji f yang telah dilakukan pada dua variabel didapatkan t_{hitung} sebesar 5.391 dengan t_{tabel} sebesar 1.98397 dan nilai signifikansi sebesar 0,076 atau lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan berdasarkan t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 maka bahwa terdapat pengaruh positif signifikan yang diberikan oleh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasaan nasabah.

Bibliography

¹² Umar, Husein. (1997). *Studi kelayakan bisnis : manajemen, metode dan kasus / oleh Husein Umar*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, h. 93-94

- Amri, A. (n.d.). *Travel Penipuan Umrah Cabang Bandar Lampung Berangkatkan Jamaah pada Januari - Rmollampung.Id*. Retrieved October 29, 2023, from <https://www.rmollampung.id/travel-penipuan-umrah-cabang-bandar-lampung-berangkatkan-jamaah-pada-januari>
- Azzam, Abdul Aziz Muhammad dan Abdul Wahab Sayyed Hawwas. (2009). *Fiqih Ibadah*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Aziz Zakiruddin, M. (2021). Dynamics Of Hajj Financial Management Regulation In Efforts To Good Governance. *Jurnal Ilmiah Mizani: Wacana Hukum, Ekonomi, Dan Keagamaan*, 8(2), 147–160. <https://doi.org/10.29300/MZN.V8I2.5387>
- Fakhmy, E. K. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan implikasinya terhadap citra merek produk jasa tabungan iB Muamalat haji dan umrah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 267–278.
- Hasan, A. (2010). *Marketing bank syariah: Cara jitu meningkatkan pertumbuhan pasar bank syariah / Ali Hasan*. Ghalia Indonesia.
- Istikomah, I. (2017). *Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BTN Syariah Cabang Surakarta)*. Skripsi. Surakarta, Institut Agama Islam Negeri.
- Kusnandar, V. B. (n.d.). *Mayoritas Penduduk Lampung Beragama Islam pada 2021*. Retrieved October 29, 2022, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/01/mayoritas-penduduk-lampung-beragama-islam-pada-2021>
- Laporan Perekonomian Provinsi Lampung Mei 2023*. (n.d.). Retrieved October 29, 2023, from <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Pages/Laporan-Perekonomian-Provinsi-Lampung-Mei-2023.aspx>
- Marak Penipuan Travel Umrah, Kemenag Lampung Ingatkan Masyarakat Hati-Hati*. (n.d.). Retrieved October 29, 2023, from <https://diskursusnetwork.com/2023/04/03/marak-penipuan-travel-umrah-kemenag-lampung-ingatkan-masyarakat-hati-hati/>
- Noor, M. (2018). Haji dan Umrah. *Jurnal Humaniora Teknologi*, 4(1). <https://doi.org/10.34128/jht.v4i1.42>
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22. <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/766>
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis, Edisi.2*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Umar, Husein. (1997). *Studi kelayakan bisnis : manajemen, metode dan kasus / oleh Husein Umar*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

