

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Ibadah haji merupakan salah satu rukun Islam yang wajib dijalankan oleh umat Islam yang memiliki kemampuan (istitha'ah), baik secara material, moral, fisik, maupun ilmu. Hal ini disebabkan oleh beratnya pelaksanaan ibadah haji bagi umat Muslim. Waktu dan tempat pelaksanaan ibadah haji telah ditetapkan, yaitu pada bulan Dzulhijjah di Tanah Suci Makkah. Oleh karena itu, persiapan, biaya, dan pelaksanaan ritualnya sangat menuntut secara fisik. Terlebih lagi, bagi masyarakat Indonesia, Tanah Suci Makkah dan Madinah adalah lokasi yang memerlukan perjalanan dengan persiapan dan biaya yang matang. Ibadah haji sebagai perintah Allah SWT dan maka umat Islam yang merupakan mayoritas di Indonesia ini memiliki motivasi besar untuk melaksanakannya.

Haji pada hakekatnya merupakan aktivitas suci yang pelaksanaannya diwajibkan oleh Allah kepada seluruh umat Islam yang telah mencapai istitha'ah (mampu), mampu dalam arti materi maupun mampu secara fisik. Ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. Ali Imran ayat 97:

فِيهِ آيَةٌ بَيِّنَةٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ هَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۖ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya:

Di sana terdapat tanda-tanda yang jelas, (diantaranya) makam Ibrahim. Barangsiapa memasukinya (Baitullah) amanlah dia. Dan (di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, yaitu bagi orang-orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Barangsiapa mengingkari (kewajiban) haji, maka ketahuilah bahwa Allah Maha kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam (Departemen Agama RI, 2019)

Dalam ayat ini, Allah SWT dengan jelas menegaskan bahwa di antara kewajiban manusia terhadap-Nya adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah (Ka'bah) di Mekah. Kewajiban ini berlaku bagi orang-orang yang mampu secara finansial dan fisik untuk melakukan perjalanan ke sana. Hal ini menunjukkan bahwa ibadah haji bukanlah sekadar anjuran, melainkan merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh umat Islam yang telah memenuhi syarat-syaratnya. Secara sederhana, ayat ini menerangkan bahwa ibadah haji merupakan salah satu kewajiban umat Islam yang mampu, dan bagi mereka yang mengingkarinya, Allah SWT Mahakaya dan tidak membutuhkan apapun dari manusia. Ini menunjukkan betapa pentingnya ibadah haji bagi umat Islam. Oleh sebab itu keinginan masyarakat untuk melaksanakan ibadah haji ini terus meningkat dari tahun ke tahun (Sulaiman, 2018).

Perkembangan zaman yang pesat juga mendorong perusahaan-perusahaan travel haji dan umroh untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan mereka, mulai dari proses pendaftaran, akomodasi, transportasi, hingga pembekalan spiritual kepada jamaah. Selain itu, globalisasi juga memainkan peran penting dalam industri ini dengan

memungkinkan perusahaan-perusahaan travel haji dan umroh untuk mengakses pasar yang lebih luas, baik dalam skala nasional maupun internasional (Fitriani & Stevano, 2024).

Namun, keadaan saat ini mengungkapkan adanya berbagai penyimpangan yang dalam manajemen biro perjalanan haji. Contohnya adalah banyaknya jamaah yang sebelumnya terdaftar namun akhirnya tidak berangkat, ditambah dengan maraknya kasus penipuan yang melibatkan agen travel haji. Dampak dari situasi ini adalah menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap penyelenggara travel haji, yang menghasilkan kewaspadaan lebih dalam mendaftar untuk beribadah, karena takut akan risiko tidak berangkat atau hal-hal lainnya. Untuk mengatasi hal ini, peran travel yang bertanggung jawab sangat diperlukan. Ini berarti menjaga kualitas layanan yang diberikan dan membangun kembali kepercayaan jamaah haji agar tidak lagi merasa ragu dalam mendaftar di travel yang memiliki integritas yang jelas dalam semua aspeknya (Huzaifi, 2017).

Salah satu travel haji yang memfasilitasi calon jamaah adalah PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah Medan. Perusahaan ini menyediakan layanan lengkap untuk memenuhi kebutuhan perjalanan haji, mulai dari proses pendaftaran, persiapan administrasi, hingga pengaturan akomodasi dan transportasi selama perjalanan. Selain itu, PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah Medan juga memberikan pembekalan spiritual dan panduan ibadah kepada calon jamaah agar jamaah dapat menjalankan ibadah haji dengan baik dan benar sesuai dengan tuntunan agama. Dengan komitmen PT.

Rihlah Multazam Al Mubaroqah Medan untuk memberikan layanan terbaik, perusahaan ini menjadi pilihan utama bagi calon jamaah yang ingin menjalani ibadah haji dengan nyaman dan lancar.

Berdasarkan data dari PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah Medan adapun jumlah jamaah Haji di Rihlah Multazam Al Mubaroqah Medan dari tahun 2021-2023 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

<b>Tabel 1.1 Data Jumlah Jamaah Haji Pada PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah</b>		
<b>NO</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Jamaah</b>
1	2019	40 Jamaah
2	2020	Tidak ada Haji
3	2021	Tidak ada Haji
4	2022	45 Jamaah
5	2023	65 Jamaah
Jumlah		150

Sumber: PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah Medan, 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa pada Tahun 2019 jumlah jamaah Haji Haji di PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah Medan 40 Jamaah. Pada Tahun 2020 mengalami penurunan dan tidak ada terdaftar Jamaah Haji sama sekali dan berlanjut di Tahun 2021. Pada Tahun 2022 terjadi peningkatan sekitar 45 Jamaah Haji yang berarti selisihnya 45 Jamaah Haji. Pada Tahun 2023 terjadi peningkatan kembali jumlah Jamaah Haji sebesar 65 Jamaah Haji yang berarti selisihnya adalah sebesar 20 Jamaah.

Penurunan yang terjadi pada Tahun 2020 dan 2021 tidak ada Jamaah Haji yang terdaftar. Hal ini disebabkan pemerintah melalui Menteri Agama RI resmi membatalkan Ibadah Haji tahun 1441 H akibat pandemi covid-19, dengan melihat situasi pandemi covid-19 dan pemerintah Kerajaan Arab Saudi yang masih menutup tempat ibadah haji serta mempertimbangkan

berbagai aspek tentang keselamatan dan kemaslahatan jamaah haji Indonesia, maka pemerintah memutuskan tidak memberangkatkan jamaah haji Indonesia untuk ibadah haji tahun 1441 H (Kementerian Agama RI, 2020).

Peningkatan jumlah jamaah haji dari tahun 2022 hingga 2023 dapat diinterpretasikan sebagai hasil dari pengaruh kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, dan komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh perusahaan. Adanya layanan yang baik dan pengalaman pelanggan yang memuaskan telah membantu meningkatkan kepuasan jamaah haji, sehingga jamaah merasa nyaman dan percaya diri untuk memilih PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah Medan sebagai pilihan dalam menjalankan ibadah haji.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan Jamaah. Hal ini dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, *customer experience* dan komunikasi interpersonal (Winata, 2022); (Septian & Handaruwati, 2021) dan (Pradana et al., 2023). Dimana faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh terhadap kepuasan Jamaah Haji di PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah Medan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Untuk memenuhi pasar maka sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga seorang konsumen akan merasa terpuaskan atas apa yang telah didapatkannya. Selain itu kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya.

Sebagai upaya dalam meningkatkan jumlah jamaah, PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah Medan telah menerapkan kualitas pelayanan yang sangat baik. Perusahaan menekankan berbagai aspek penting dalam penyelenggaraan ibadah haji. Mulai dari kemudahan proses pendaftaran hingga penyediaan fasilitas yang nyaman selama perjalanan dan pelaksanaan ibadah, PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah Medan memastikan bahwa setiap tahapan ibadah dijalankan dengan optimal. Selain itu, tim pendamping yang berpengalaman juga disediakan untuk memberikan bimbingan dan bantuan yang diperlukan kepada jamaah, akan tetapi masih terdapat jamaah yang merasa tidak puas. Salah satu masalah yang sering muncul adalah kurangnya responsivitas terhadap kebutuhan jamaah. Misalnya, lambatnya tanggapan terhadap pertanyaan atau keluhan jamaah, baik melalui saluran komunikasi resmi maupun secara langsung di tempat ibadah. Hal ini dapat membuat jamaah merasa diabaikan atau kurang dihargai, sehingga menurunkan kepuasan mereka terhadap pelayanan yang diberikan.

Menurut Safitri, (2021) dalam penelitiannya menyatakan perusahaan menekankan kepastian kepada jamaahnya agar mereka tidak merasa kecewa. Upaya ini mencakup memberikan layanan pendaftaran yang melibatkan proses seperti pemberian paspor dan suntik vaksin, terutama di tengah pandemi. Selain itu, pelayanan seperti manasik dan pendampingan oleh petugas tawaf juga diberikan kepada jamaah. Hal bertujuan untuk memastikan bahwa jamaah merasa puas dan mendapatkan pengalaman yang baik selama perjalanan ibadah haji dan umrah. Dengan adanya peningkatan

kualitas jasa yang baik maka dapat menimbulkan suatu kepuasan, konsumen tidak akan melirik perusahaan lain dan dalam proses kepuasan tersebut tersebut, kemungkinan besar terjadi promosi yang dilakukan oleh konsumen kepada konsumen lainnya (Indrasari, 2019)

Dengan kualitas pelayanan yang baik, maka jasa yang ditawarkan akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk menggunakan jasa yang berkualitas. Pelayanan adalah sebuah prioritas nomor satu yang diberikan oleh sebuah perusahaan kepada konsumen, khususnya perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Hal ini merupakan suatu daya tarik kepada konsumen agar konsumen dapat merasakan kepuasan kepada pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Khususnya kepada perusahaan travel haji yang dijual kepada konsumen adalah pelayanan, sedangkan kepuasan adalah suatu harapan pernyataan pemikiran positif bagi para konsumen. Dalam hal ini, jamaah ibadah haji membutuhkan suatu pelayanan yang terbaik dari sebuah perusahaan yang menyelenggarakan kegiatan ibadah umroh yang dapat membantu para jamaah dalam menjalankan ibadahnya (Effendi, 2020)

Selain kualitas pelayanan, faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan jamaah adalah pengalaman konsumen. Pengalaman konsumen (*Customer Experience*) adalah penciptaan kepuasan konsumen melalui pengalaman. Jadi, titik bertumpu kepada produk akhir dari suatu produk atau pelayanan. Oleh karena itu, *customer experience* adalah soal memahami gaya hidup konsumen dan melebarkan pandangan pemasar dari produk ke proses

konsumsi (Gomoi, 2021). Semakin baik pengalaman pelanggan yang dirasakan oleh konsumen maka akan mendorong harapan konsumen untuk merasa puas dengan pengalaman pelanggan yang diberikan perusahaan (Safrina et al., 2023).

Salah satu cara meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan meningkatkan pengalaman pelanggan. Pengalaman pelanggan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, konsumen akan merasa puas jika telah menerima value atau nilai dari sebuah pelayanan, terutama jika nilai yang diperoleh dapat melampaui harapan konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hasniati et al., (2021) yang menyatakan bahwa semakin tinggi nilai dan persepsi yang dirasakan oleh pelanggan maka semakin tinggi pula kemungkinan kepuasan pelanggan akan terjadi. Pengalaman pelanggan yang dipresepsi oleh konsumen merupakan prediktor positif bagi kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ariasa et al., (2020) yang menyatakan bahwa semakin baik pengalaman yang diterima oleh pelanggan maka semakin tinggi pula kemungkinan kepuasan pelanggan akan terjadi.

Selain kualitas pelayanan dan pengalaman konsumen, faktor lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal pada hakikatnya adalah suatu proses, kata lain dari proses ada yang menyebut sebagai sebuah transaksi dan interaksi. Komunikasi yang berjalan dengan lancar yang telah didapatkan oleh para jamaah tentunya akan sangat berdampak terhadap kepuasan konsumen.



komunikasi juga merupakan aspek yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan. Semakin baik komunikasi yang terjalin oleh para karyawan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Pradana, Syamsuddin, Hilal., 2023).

Komunikasi interpersonal pada hakikatnya adalah suatu proses, kata lain dari proses ada yang menyebut sebagai sebuah transaksi dan interaksi. Sedangkan istilah interaksi mengesankan adanya suatu tindakan yang berbalasan, dengan kata lain suatu proses hubungan yang saling mempengaruhi (Dhewanti 2017). Komunikasi interpersonal memiliki peran vital dalam menentukan tingkat kepuasan jamaah haji terhadap penyelenggaraan ibadah haji. Interaksi yang efektif antara panitia penyelenggara haji dan jamaah haji dapat menciptakan suasana yang kondusif, memungkinkan pertukaran informasi yang akurat, serta membangun pemahaman yang lebih baik. Komunikasi yang terbuka, empatik, dan responsif dari pihak penyelenggara akan membuat jamaah haji merasa dihargai dan diperhatikan, sehingga meningkatkan kepuasan mereka.

Kemampuan para petugas haji dalam menjalin hubungan interpersonal yang baik dengan jamaah haji juga turut berkontribusi pada tingkat kepuasan. Petugas yang mampu memahami kebutuhan, harapan, dan permasalahan jamaah, serta menanggapi dengan cepat dan tepat, akan mendorong jamaah untuk merasa puas dengan layanan yang diberikan. Komunikasi yang efektif juga memungkinkan terjadinya umpan balik yang konstruktif,

sehingga penyelenggara dapat terus memperbaiki kualitas layanannya sesuai dengan kebutuhan jamaah haji.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang pengaruh yang mencakup variabel kualitas pelayanan, *customer experience* dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan jamaah untuk itu peneliti memberikan judul **“Pengaruh Kualitas pelayanan, *Customer Experience* Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Jamaah Haji Pada PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah Medan.”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang tersebut, terdapat beberapa identifikasi masalah yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Masalah dalam kualitas pelayanan, karena ketidakmampuan menyediakan fasilitas yang memadai, lambannya respon terhadap kebutuhan jamaah, atau kurangnya perhatian terhadap detail-detail penting dalam memberikan pelayanan kepada jamaah Haji (Nanda. MT, 2019).
2. Ada potensi masalah dalam pengalaman pelanggan jika proses pelaksanaan ibadah Haji tidak sesuai dengan harapan, misalnya ketidaknyamanan selama proses ibadah, kurangnya informasi yang jelas, atau kesulitan dalam memperoleh bantuan saat dibutuhkan (Sumiati et al., 2016).

3. Masalah dalam komunikasi interpersonal mencakup ketidakjelasan informasi yang disampaikan kepada jamaah, kurangnya kemampuan staf untuk berkomunikasi secara efektif dengan jamaah, atau ketidakmampuan dalam menangani konflik atau keluhan dengan baik (Hezkiawati & Oisina, 2023)

### **1.3 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah diharapkan dapat mengetahui objek yang diteliti dan terarah pada hal-hal yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Untuk memudahkan pembahasan masalah dan pemahamannya, maka peneliti merumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas pelayanan, *Customer Experience* Dan Komunikasi Interpersonal berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Jamaah Haji Pada PT. Rihlal Multazam Al Mubaroqah Medan?
2. Apakah Kualitas pelayanan, *Customer Experience* Dan Komunikasi Interpersonal berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Jamaah Haji Pada PT. Rihlal Multazam Al Mubaroqah Medan?
3. Bagaimana elastisitas pengaruh Kualitas pelayanan, *Customer Experience* Dan Komunikasi Interpersonal Kepuasan Jamaah Haji Pada PT. Rihlal Multazam Al Mubaroqah Medan?

### **1.4 Batasan Masalah**

Pembatasan masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut

lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai dengan baik dan benar.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan, *customer experience*, dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan jamaah Haji di PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah Medan. Kualitas pelayanan meliputi fasilitas, respons, dan ketepatan waktu. *Customer experience* mencakup kenyamanan, akses informasi, dan kesesuaian harapan. Komunikasi interpersonal ditinjau dari efektivitas, kejelasan informasi, dan penanganan konflik. Sampel terbatas pada jamaah Haji di PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah Medan Tahun 2023 sebanyak 65 Jamaah.

## **1.5 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan, *Customer Experience* Dan Komunikasi Interpersonal secara parsial terhadap Kepuasan Jamaah Haji Pada PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah Medan
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan, *Customer Experience* Dan Komunikasi Interpersonal secara simultan terhadap Kepuasan Jamaah Haji Pada PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah Medan
3. Untuk mengetahui elastisitas pengaruh Kualitas pelayanan, *Customer Experience* Dan Komunikasi Interpersonal Kepuasan Jamaah Haji Pada PT. Rihlah Multazam Al Mubaroqah Medan.

### **1.5.2 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini memiliki dua manfaat, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

#### **1. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh Kualitas pelayanan, *Customer Experience* Dan Komunikasi Interpersonal Kepuasan Jamaah Haji serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang dipelajari di masa perkuliahan.

#### **2. Secara Praktis**

##### **a. Bagi PT. Rihlah Multazam Al mubaroqah Medan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan jamaah dan menjadi informasi mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan jamaah.

##### **b. Bagi Universitas Potensi Utama**

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dalam penelitian dan sebagai sumber informasi bagi penelitian selanjutnya, serta dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan kepada mahasiswa/i khususnya bagi fakultas Ekonomi Syariah.

##### **c. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis dan sebagai syarat untuk meraih gelar sarjana Strata-1 (S1).