

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ibadah umrah merupakan salah satu bentuk ibadah yang sangat dirindukan oleh umat Islam di seluruh penjuru dunia, termasuk Indonesia. Ibadah umrah adalah ibadah yang dilaksanakan dengan mengunjungi Baitullah di Makkah Al-Mukarramah untuk melakukan serangkaian amalan ibadah yang meliputi ihram, tawaf, sa'i, dan tahallul, yang dapat dilaksanakan kapan saja di luar waktu pelaksanaan ibadah haji (Noor, 2018). Ibadah ini bukan sekadar perjalanan fisik biasa, melainkan merupakan perjalanan spiritual yang sarat makna dan nilai ibadah yang mendalam bagi setiap Muslim yang menunaikannya.

Sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, minat masyarakat Indonesia untuk melaksanakan ibadah umrah terus mengalami peningkatan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data Kementerian Agama Republik Indonesia, jumlah jamaah umrah asal Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara pengirim jamaah umrah terbesar di dunia.

Tingginya minat masyarakat terhadap ibadah umrah mendorong pertumbuhan industri jasa penyelenggaraan perjalanan umrah yang sangat pesat di Indonesia. Berdasarkan data resmi dari Kementerian Agama Republik Indonesia, saat ini tercatat ada 3.010 Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) dan 740 Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK) yang telah mendapatkan izin resmi. Daftar PPIU dan PIHK yang memiliki izin tersebut dapat diakses secara terbuka

oleh masyarakat melalui portal Umrah Cerdas (Kementerian Agama Republik, 2025)

Fenomena tersebut juga tercermin di tingkat regional, khususnya di Provinsi Sumatera Barat. Berdasarkan keterangan Kepala Kantor Wilayah Kementerian Haji dan Umrah (Kemenhaj) Provinsi Sumatera Barat, M. Rifki, tercatat sebanyak 63 travel umrah resmi yang berkantor pusat di Sumatera Barat, di luar sejumlah kantor cabang travel lain yang juga beroperasi dan melaporkan keberadaannya kepada Kementerian Haji dan Umrah (Setiawan, 2026).

Pertumbuhan industri travel umrah yang pesat membawa konsekuensi persaingan yang semakin ketat di antara para penyelenggara perjalanan ibadah. Setiap perusahaan travel umrah dituntut untuk mampu memenuhi harapan dan kebutuhan jamaah secara optimal, mulai dari proses pendaftaran, persiapan keberangkatan, pelayanan selama di Tanah Suci, hingga kepulangan ke tanah air. Kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan jamaah secara konsisten akan menentukan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Dalam kondisi persaingan yang semakin kompetitif, kepuasan jamaah menjadi faktor penentu utama keberhasilan sebuah perusahaan travel umrah dalam mempertahankan eksistensi dan memenangkan kepercayaan masyarakat.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu konsep fundamental dalam ilmu manajemen pemasaran yang telah banyak dikaji oleh para ahli. Fenomena kepuasan pelanggan ini dapat dijelaskan melalui *Expectancy Disconfirmation Model*, sebuah teori yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari proses perbandingan kognitif antara ekspektasi (harapan) yang dimiliki pelanggan

sebelum menggunakan suatu produk atau jasa dengan kinerja aktual yang mereka rasakan setelah menggunakannya (Oliver, 2014). Menurut model ini, ketika kinerja aktual sesuai atau bahkan melampaui ekspektasi (*positive disconfirmation*), pelanggan akan merasa puas atau bahkan sangat puas. Sebaliknya, ketika kinerja aktual berada di bawah ekspektasi (*negative disconfirmation*), maka akan timbul ketidakpuasan. *Expectancy Disconfirmation Model* ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan bukan semata-mata dinilai dari kinerja produk atau jasa secara mutlak, melainkan dari kesenjangan (*disconfirmation*) antara apa yang diharapkan dan apa yang benar-benar diterima oleh pelanggan (Tjiptono, 2019).

Berdasarkan kerangka berpikir *Expectancy Disconfirmation Model* (EDM), hasil perbandingan tersebut akan menghasilkan tiga bentuk evaluasi atau psikologis diskonfirmasi yang secara hierarkis menentukan kepuasan seorang pelanggan. Pertama, apabila kinerja aktual pelayanan yang dirasakan berada di bawah standar harapan awal pelanggan, maka yang terjadi adalah diskonfirmasi negatif (*negative disconfirmation*), suatu kondisi yang secara linear memicu munculnya rasa kecewa, komplain, serta ketidakpuasan. Kedua, apabila kinerja aktual pelayanan yang diterima mampu memenuhi standar harapan secara pas, maka fenomena ini disebut sebagai konfirmasi sederhana (*simple confirmation*) atau netral, di mana pelanggan merasa puas namun dalam tingkatan yang standar. Ketiga, apabila kinerja aktual pelayanan yang dirasakan di lapangan ternyata jauh melampaui dan melebihi ambang batas apa yang diharapkan sebelumnya, maka terciptalah diskonfirmasi positif (*positive disconfirmation*) yang secara psikologis mengonversi kepuasan pelanggan menjadi sebuah kesenjangan (*customer delight*) (Oliver, 2014).

Dalam konteks jasa perjalanan umrah, ekspektasi jamaah biasanya terbentuk dari berbagai sumber, seperti promosi yang disampaikan pihak travel, informasi dari kerabat atau kenalan, maupun pengalaman jamaah lain sebelumnya, mencakup harapan terhadap kelengkapan paket umrah, kualitas akomodasi, harga yang ditawarkan, profesionalisme petugas, ketepatan pelaksanaan program perjalanan, hingga pengalaman spiritual dan emosional yang akan dirasakan selama berada di Tanah Suci. Pendekatan *Expectancy Disconfirmation Model* dipandang paling relevan digunakan dalam penelitian ini dibandingkan pendekatan lain seperti model dimensi kualitas layanan, karena model ini secara khusus menjelaskan proses psikologis di balik terbentuknya rasa puas atau tidak puas, yaitu melalui perbandingan dinamis antara ekspektasi dan kinerja aktual, bukan sekedar penilaian statis terhadap atribut-atribut layanan secara terpisah.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji persoalan kepuasan jamaah dalam konteks penyelenggaraan ibadah umrah dan haji di Indonesia. (Jamilatunniswa et al., 2024) dalam penelitiannya tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umrah di KBIHU Al-Falah Cicalengka menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah, di mana pelayanan yang baik terbukti mampu meningkatkan kepuasan jamaah secara nyata. Selain itu, penelitian (Kamila & Wardhana, 2023) mengenai kepuasan konsumen pada PT. Ebad Wisata Tour and Travel Surabaya menunjukkan kepuasan jamaah sangat ditentukan oleh kombinasi kualitas pelayanan yang konsisten serta penyediaan fasilitas paket ibadah yang memadai. Perkembangan penelitian mengenai kepuasan jamaah umrah juga terus

diperbarui dalam dinamika akademis akhir-akhir ini. Senada dengan itu, (Saimona et al., 2024) dalam risetnya di Hajar Aswad Mubaroq menegaskan bahwa kualitas layanan komunikasi dan penyiaran informasi keagamaan memegang andil besar dalam membentuk kepuasan batin jamaah. Penelitian yang dilakukan oleh (Adelismasari & Zulhelmi, 2024), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh penyelenggara umrah memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan jamaah. Semakin baik kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh jamaah. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama membahas kepuasan jamaah umrah yang dipengaruhi oleh pelayanan yang diberikan biro perjalanan. Perbedaannya terletak pada pendekatan yang digunakan, dimana penelitian-penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh variabel secara statistik, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan kepuasan jamaah berdasarkan kesenjangan antara ekspektasi dan kinerja aktual melalui *Expectancy Disconfirmation Model*.

PT Bakkah Ihsan Mubarakah atau yang lebih dikenal dengan El Bakkah Travel adalah salah satu perusahaan penyelenggara perjalanan ibadah umrah yang beroperasi di Kota Padang, Sumatera Barat. Perusahaan ini berdiri pada bulan Mei 2019 dan berkantor pusat di Jl. Lolong Karan No. 14 C, Sungai Sapih, Kecamatan Kuranji, Kota Padang. Perusahaan ini dipimpin oleh Pebrizon Mirza sebagai Direktur Utama, Fadly Novebriko sebagai Komisaris Utama, Mizarwan Satria sebagai Direktur Pemasaran. El Bakkah Travel memiliki visi untuk menjadi

perusahaan penyelenggara perjalanan ibadah umrah yang amanah serta mampu memberikan pengalaman yang menginspirasi kepada setiap jamaah. Visi tersebut diwujudkan melalui misi memberikan pelayanan terbaik, mengutamakan kepuasan jamaah, serta menjaga tali silaturahmi dengan seluruh alumni jamaah El Bakkah Travel. El Bakkah Travel telah terdaftar sebagai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) resmi di bawah pengawasan Kementerian Agama Republik Indonesia dengan nomor izin 14062200237150002 (Profil PT Bakkah Ihsan Mubarakah, 2024).

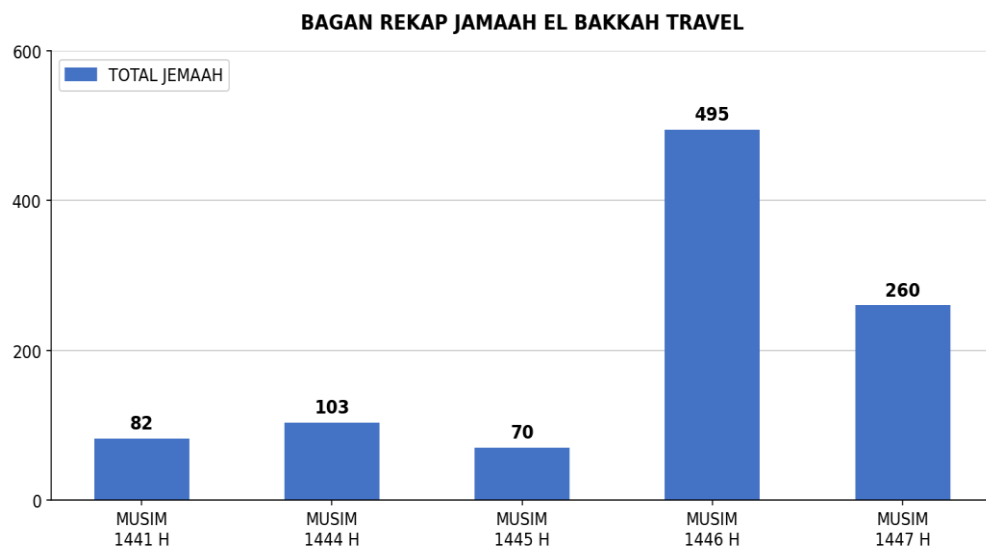
Sejak pertama kali beroperasi, El Bakkah Travel menawarkan berbagai pilihan paket umrah yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan jamaah dari berbagai kalangan, mulai dari Paket Super Promo, Paket Hemat, Paket Hebat, Paket Reguler, hingga Paket Full Ramadhan, dengan kisaran harga mulai dari Rp25.000.000 hingga Rp46.500.000. Setiap paket dilengkapi dengan fasilitas akomodasi hotel yang berlokasi strategis dekat Masjidil Haram dan Masjid Nabawi, transportasi bus ber-AC, tour leader berpengalaman, muthawwif, serta berbagai fasilitas pendukung lainnya. Keberagaman paket yang ditawarkan mencerminkan kesungguhan perusahaan dalam mengakomodasi kebutuhan jamaah dengan berbagai kemampuan finansial.

Sejak beroperasi pada tahun 2019 hingga saat ini, El Bakkah Travel telah berhasil memberangkatkan jamaah umrah dari Kota Padang dan sekitarnya dengan jumlah yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Perkembangan jumlah jamaah yang diberangkatkan dari tahun ke tahun dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Data Keberangkatan Jamaah Umrah El Bakkah Travel Tahun 2019-2026

No	Musim	Tahun	Jumlah Jamaah
1	1441 H	2019-2020	82
2	1444 H	2022-2023	103
3	1445 H	2023-2024	70
4	1446 H	2024-2025	495
5	1447 H	2025-2026	466
Total Seluruh Jamaah			1.216 Jamaah

Sumber: Data Rekap Keberangkatan El Bakkah Travel, diolah oleh penulis, 2026



Gambar 1.1 Grafik Rekap Jamaah Umrah El Bakkah Travel Tahun 2019-2026

Sumber: Data Rekap Keberangkatan El Bakkah Travel, diolah oleh penulis, 2026

Berdasarkan tabel dan bagan di atas, jumlah jamaah El Bakkah Travel mengalami fluktuasi yang cukup signifikan sepanjang tahun operasionalnya. Pada musim perdana 1441 H (2019-2020), El Bakkah Travel berhasil memberangkatkan 82 jamaah sebagai capaian awal yang cukup membanggakan bagi perusahaan yang baru berdiri. Jumlah ini kemudian meningkat pada musim 1444 H (2022-2023) menjadi 103 jamaah, menandakan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap El Bakkah Travel. Namun demikian, terjadi penurunan pada musim 1445 H (2023-

2024) dengan jumlah jamaah yang turun menjadi 70 orang. Penurunan ini kemudian diikuti oleh lonjakan yang sangat luar biasa pada musim 1446 H (2024-2025) di mana jumlah jamaah mencapai 495 orang, menunjukkan kepercayaan masyarakat yang semakin besar terhadap El Bakkah Travel. Pada musim 1447 H (2025-2026) yang masih berjalan, El Bakkah Travel telah memberangkatkan 466 jamaah. Secara keseluruhan, sejak pertama kali beroperasi hingga saat penelitian ini dilakukan, El Bakkah Travel telah memberangkatkan total 1216 jamaah.

Fluktuasi jumlah jamaah yang terjadi, khususnya penurunan yang cukup signifikan pada musim 1445 H (2023–2024), mengindikasikan adanya dinamika dalam kepercayaan dan kepuasan jamaah terhadap layanan El Bakkah Travel. Merujuk pada *Expectancy Disconfirmation Model*, penurunan jumlah jamaah pada suatu musim dapat mengindikasikan adanya kesenjangan negatif (*negative disconfirmation*) antara ekspektasi dan kinerja aktual yang dirasakan sebagian jamaah pada musim-musim sebelumnya, yang kemudian berdampak pada menurunnya kepercayaan calon jamaah lain untuk menggunakan jasa El Bakkah Travel. Oleh karena itu, penurunan jumlah jamaah pada musim tertentu perlu dikaji lebih mendalam untuk memahami aspek-aspek mana dari ekspektasi jamaah yang belum mampu dipenuhi oleh kinerja aktual layanan perusahaan (Tjiptono, 2019).

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti melalui akun Instagram resmi El Bakkah Travel (@elbakkah_travel_umrah), ditemukan sejumlah testimoni dari jamaah yang pernah menggunakan jasa perusahaan ini. Sebagian jamaah menyampaikan bahwa pengalamannya berangkat umrah bersama El Bakkah Travel sangat mengharukan dan menumbuhkan kerinduan untuk kembali menunaikan

ibadah umrah, seraya memuji profesionalisme El Bakkah Travel, yang menunjukkan bahwa kinerja aktual yang dirasakan telah melampaui ekspektasi awal mereka. Jamaah lain mengungkapkan bahwa biaya yang ditawarkan sangat rasional dengan pelayanan yang maksimal dan terbukti nyata di lapangan, yang mengindikasikan kesesuaian antara ekspektasi dan kinerja aktual. Namun di sisi lain, terdapat pula jamaah yang menyampaikan harapan agar El Bakkah Travel ke depannya menjadi perusahaan yang lebih maju dan lebih solid, yang mengindikasikan masih adanya kesenjangan antara ekspektasi dan kinerja aktual yang dirasakan sebagian jamaah, atau dengan kata lain masih terdapat ruang bagi perbaikan layanan perusahaan.

Adanya variasi dalam testimoni jamaah tersebut, antara ekspresi kepuasan yang tinggi di satu sisi dan harapan perbaikan di sisi lain, menunjukkan bahwa kepuasan jamaah El Bakkah Travel belum sepenuhnya merata. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Tjiptono yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi satu sama lain (Tjiptono, 2019). Oleh karena itu, diperlukan sebuah kajian ilmiah yang mendalam dan komprehensif untuk menganalisis secara spesifik kepuasan jamaah umrah El Bakkah Travel berdasarkan kesenjangan antara ekspektasi dan kinerja aktual yang dirasakan jamaah, sebagaimana dijelaskan dalam *Expectancy Disconfirmation Model*.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Jamaah Umrah El Bakkah Travel PT

Bakkah Ihsan Mubarakah Kota Padang” untuk menganalisis kesenjangan antara ekspektasi dan kinerja aktual yang membentuk kepuasan jamaah.

B. Rumusan dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Deskripsi Kepuasan Jamaah Umrah El Bakkah Travel PT Bakkah Ihsan Mubarakah Kota Padang Berdasarkan Kesenjangan antara Ekspektasi dan Kinerja Aktual (*Expectancy Disconfirmation Model*)?”

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak meluas, maka penelitian ini dibatasi pada kepuasan jamaah umrah El Bakkah Travel PT Bakkah Ihsan Mubarakah Kota Padang:

1. Kepuasan jamaah umrah El Bakkah Travel PT Bakkah Ihsan Mubarakah Kota Padang ditinjau dari aspek ekspektasi (harapan) jamaah sebelum menggunakan jasa.
2. Kepuasan jamaah umrah El Bakkah Travel PT Bakkah Ihsan Mubarakah Kota Padang ditinjau dari aspek persepsi kinerja aktual yang dirasakan jamaah selama menggunakan jasa.
3. Kepuasan jamaah umrah El Bakkah Travel PT Bakkah Ihsan Mubarakah Kota Padang ditinjau dari aspek kesenjangan (*disconfirmation*) antara ekspektasi dan kinerja aktual.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis kepuasan jamaah umrah El Bakkah Travel PT Bakkah Ihsan Mubarakah Kota Padang ditinjau dari aspek ekspektasi (harapan) jamaah sebelum menggunakan jasa.
2. Untuk menganalisis kepuasan jamaah umrah El Bakkah Travel PT Bakkah Ihsan Mubarakah Kota Padang ditinjau dari aspek persepsi kinerja aktual yang dirasakan jamaah selama menggunakan jasa.
3. Untuk menganalisis kepuasan jamaah umrah El Bakkah Travel PT Bakkah Ihsan Mubarakah Kota Padang ditinjau dari aspek kesenjangan (*disconfirmation*) antara ekspektasi dan kinerja aktual.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini secara akademis bermanfaat sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) serta sebagai kontribusi ilmiah bagi pengembangan kajian analisis kepuasan jamaah umrah.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Manajemen Dakwah, terutama yang berkaitan dengan kajian kepuasan pelanggan dalam konteks penyelenggaraan ibadah umrah. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan kajian bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang tertarik pada topik serupa.

3. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan rekomendasi yang bermanfaat bagi PT Bakkah Ihsan Mubarakah El Bakkah Travel maupun biro perjalanan umrah lainnya dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan ekspektasi dan kebutuhan jamaah.

E. Penjelasan Judul

Guna menghindari kekeliruan dalam memahami makna dari judul yang dimaksudkan, maka berikut ini akan diterangkan makna dari kata-kata kunci dalam judul tersebut:

Analisis : Analisis adalah kegiatan penguraian suatu pokok persoalan atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antarbagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2016). Dalam penelitian ini, analisis yang dimaksud adalah pengkajian secara mendalam terhadap kepuasan jamaah umrah PT El Bakkah Travel.

Kepuasan : Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan (Kotler & Keller, 2016). Istilah kepuasan dalam penelitian kualitatif ini merujuk pada

gambaran deskriptif mengenai pengalaman, penilaian mendalam, dan ungkapan perasaan jamaah umrah terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT El Bakkah Travel.

Jamaah Umrah : Jamaah umrah adalah orang-orang yang melaksanakan ibadah umrah, yaitu berkunjung ke Baitullah (Masjidil Haram) di Makkah Al-Mukarramah untuk melakukan serangkaian ibadah yang meliputi tawaf, sa'i, dan tahallul di luar musim haji. Dalam penelitian ini, jamaah umrah yang dimaksud adalah mereka yang telah menggunakan jasa PT El Bakkah Travel Kota Padang.

El Bakkah Travel : El Bakkah Travel adalah perusahaan penyelenggara perjalanan ibadah umrah yang berdiri sejak Mei 2019 dan berkantor pusat di Jl. Lolomg Karan No.14 C, Sungai Sapih, Kecamatan Kuranji, Kota Padang, Sumatera Barat. Perusahaan ini merupakan objek penelitian yang menjadi fokus kajian dalam penelitian ini.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman terhadap isi penelitian ini, maka penulisan proposal skripsi disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : Bab ini merupakan bab pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan judul, dan sistematika penulisan.

BAB II : Bab ini merupakan bab landasan teori yang membahas teori-teori yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan ibadah umrah.

BAB III : Bab ini merupakan bab metode penelitian yang memuat jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

BAB IV : Bab ini merupakan hasil penelitian yang berisi tentang gambaran umum perusahaan, serta temuan penelitian mengenai kepuasan jamaah umrah berdasarkan *Expectancy Disconfirmation Model*, meliputi ekspektasi, kinerja aktual, dan disconfirmation, serta pembahasan dan analisis hasil penelitian.

BAB V: Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran yang diajukan berdasarkan temuan penelitian.