

Perancangan Sistem Informasi Pelayanan Travel Haji dan Umrah Menggunakan WebQual dan Model Kano di Perusahaan Jasa

Muhammad Syifaurahman*, Muhardi, Eka Tresna Gumelar

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*msyifaurahman@gmail.com, muhardi@unisba.ac.id, kaka.tresna@gmail.com

Abstract. Indonesia, which is the country with the largest Adherents of Islam, is about 229 million people follow Islam, and hajj and umrah become one of the ideals of Muslims in Indonesia to be able to perform it, Travel Agents have a role as a service provider to perform hajj and umrah. With the development of technology, people today want things easier and informative. This makes researchers want to provide input to Maqdis Travel Bandung engaged in transportation services, in order to design information systems in the company and conducted research that begins with observation and dissemination of questionnaires from several indicators made. The indicator has been adapted from the servqual method which focuses on the service of the website under the name webqual. The method used is the canoe model. The research began with the observation and dissemination of questionnaires from several indicators in webqual 4.0. The results showed that the quality of service Maqdis Travel Bandung is currently not optimal, based on the canoe model of each indicator has a different service, in the category must be (M) there are 7 indicators, in the attractive category (A) there are 8 indicators, in the category of one dimensional (O) there are 9 indicators, and in the indifferent category (I) there are 2 indicators.

Keywords: *Quality of Service, Kano Diagram, Umrah Travel.*

Abstrak. Indonesia yang menjadi Negara dengan pemeluk agama Islam terbesar yaitu sekitar 229 juta jiwa menganut agama Islam, dan haji maupun umrah menjadi salah satu cita-cita umat islam di Indonesia untuk bisa menunaikannya, Agen Travel memiliki peranan sebagai penyedia jasa untuk menunaikan ibadah haji maupun umrah. Dengan berkembangnya teknologi, manusia saat ini menginginkan hal yang lebih mudah dan informatif. Hal ini membuat peneliti ingin memberikan masukan kepada Maqdis Travel Bandung yang bergerak di bidang jasa transportasi, dalam rangka merancang sistem informasi pada perusahaan serta dilakukan penelitian yang diawali dengan observasi dan penyebaran kuisioner dari beberapa indikator yang dibuat. Indikator tersebut telah diadaptasi dari metode servqual yang berfokus pada pelayanan website dengan nama webqual. Metode yang digunakan adalah model kano. Penelitian diawali dengan observasi dan penyebaran kuisioner dari beberapa indikator yang ada pada webqual 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Maqdis Travel Bandung saat ini belum optimal, berdasarkan model kano masing-masing indikator memiliki pelayanan yang berbeda, pada kategori must be (M) terdapat 7 indikator, pada kategori attractive (A) terdapat 8 indicator, pada kategori one dimensional (O) terdapat 9 indicator, dan pada kategori indifferent (I) terdapat 2 indicator.

Kata Kunci: *kualitas pelayanan, Diagram Kano, Travel Umrah..*

A. Pendahuluan

Pada saat ini, pemeluk agama Islam di dunia mencapai 2.2 miliar, itu sekitar 18% populasi dunia ini memeluk agama islam (Pew Research Center, 2017). Pada Negara kita, Indonesia yang menjadi Negara dengan pemeluk agama Islam terbesar yaitu sekitar 229 juta jiwa menganut agama Islam. Jumlah ini mencapai 87.2% dari total pulasi yang ada di Indonesia. Pada tahun 2019, Indonesia mendapat kuota untuk melaksanakan ibadah haji dengan kuota sebesar 231.000 (Bilqis, 2019) dan ada 990 agensi travel untuk keberangkatan haji dan umrah.

Di dalam agama Islam, memiliki rukun islam yang bertujuan untuk mencapai kepuasan batin dan kenikmatan rohani (Noor, 2018). Dalam rukun islam memiliki 5 poin penting yaitu: syahadat, sholat, puasa, zakat dan menunaikan haji bagi yang mampu. Karena haji dan juga umrah menjadi impian sebagian besar umat muslim yang ada di dunia, bisnis *tour and travel* menjadi sangat digemari oleh masyarakat untuk melakukan kegiatan haji dan umrah.

Menurut McLean dan Wetherbe dalam Abdul Kadir, 2003 menyatakan penerapan teknologi disertai dengan sistem informasi dapat melaksanakan komputerisasi data bervolume besar dan berkecepatan tinggi, mempersiapkan dan menyediakan komunikasi dalam organisasi atau antar organisasi yang terjangkau, akurat dan cepat untuk menyimpan informasi dalam jumlah yang sangat besar dalam ruang yang kecil tetapi mudah untuk diakses. (Al & Travelindo, 2016)

Tabel 1. Jumlah data Jemaah Umrah PT. Maqdis Salam

TAHUN	JUMLAH JAMAAH
2012	106
2013	204
2014	161
2015	360
2016	185
2017	434
2018	605
2019	590
2020	155
Jumlah	2800

Sumber: PT. Maqdis Salam, Data diolah 2021

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan adanya fluktuasi naik dan juga turun dari jemaah yang mendaftar umrah. Dimulai dari tahun 2012 dengan total 106 orang, pada tahun 2013 permintaan untuk daftar umrah bertambah mencapai 204 orang, pada tahun 2014 mengalami pengurangan permintaan dengan total 161 orang, tetapi pada tahun 2015 kembali bertambah dengan total 360 orang, pada tahun 2016 mengalami penurunan kembali dengan jumlah 185, pada 2 tahun kedepannya mengalami kenaikan dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2019 dengan jumlah jemaah sebanyak 590. Pada tahun 2020 jemaah yang berhasil diberangkatkan hanya sebanyak 155 jemaah, dikarenakan adanya pandemi Covid-19 hanya terjadi 3 kali keberangkatan sampai bulan maret tahun 2020.

Maqdis Travel adalah nama yang dikenal oleh masyarakat yang sebenarnya memiliki nama perusahaan PT. Maqdis Salam yang dimana perusahaan ini bergerak dalam bidang *Tour & Travel* yang mencakup pemesanan paket perjalanan umroh. Sistem pelayanan umroh yang diterapkan selama ini dianggap belum maksimal dan kurang efektif bagi konsumen maupun untuk perusahaan, apalagi melihat kondisi sekarang dengan adanya pandemi Covid-19 mengubah pola pikir masyarakat yang menggunakan pendekatan melalui internet atau yang *online information*. Pendaftaran umroh yang dilakukan saat ini masih menggunakan format pencatatan dan pelaporan secara manual. Sistem pengolah data travel secara manual berpotensi menimbulkan kesalahan dalam pemrosesan data. Misalnya, dalam penulisan identitas jemaah atau konsumen antara dokumen satu dengan dokumen yang lain sering tidak konsisten.

Webqual adalah metode untuk menilai kualitas penawaran melalui sistem informasi yang dimiliki oleh perusahaan (Roche et al., 2013) yang dikembangkan oleh Stuart Barnes & Richard Vidgen, berdasarkan *Quality Function Deployment* (QFD), proses “*voice of customer*” dalam pengembangan dan pengimplementasiannya pada produk atau jasa. Dari QFD, Webqual disusun pada persepsi pengguna akhir suatu *website* (Rohandi et al., 2020) dan merupakan pengembangan dari Servqual yang digunakan pada pengukuran kualitas jasa secara umum.

Pada (*webqual quality*) atau kualitas website, Barnes & Vidgen (2002), mengelompokkan dimensi dari hasil analisis WebQual 3.0. yang mengubah identifikasi menjadi tiga dimensi situs kualitas web *e-commerce*, yaitu: (*usability*) atau kegunaan, (*information quality*) atau kualitas informasi dan (*interaction quality*) atau kualitas interaksi layanan. (Sari & Pangaribuan, 2019) Berdasarkan fenomena latar belakang masalah diatas maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Perancangan Sistem Informasi Pelayanan Jasa Travel Haji dan Umrah Menggunakan WebQual dan Model Kano pada Perusahaan Jasa (Studi Kasus pada PT. Maqdis Salam)**”

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas layanan yang biasa dipakai oleh Maqdis Travel
2. Untuk merancang konsep *website* yang dibutuhkan oleh Maqdis Travel

B. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah model kano yang memiliki fungsi untuk merancang konsep dengan mengklasifikasikan pelanggan PT. Maqdis Salam menurut keinginan mereka dalam perancangan *website* yang konsumen inginkan. Dengan pembedaan atribut menjadi beberapa kategori sebagai berikut: *must-be* (M), *one-dimensional* (O), *attractive* (A), *indifference* (I), *reverse* (R) atribut ini masih ada tambahan lain berupa *Questionable Result* (Q) yang masing-masing memiliki karakteristik dan tingkat pengaruh yang berbeda pada konsumen. (Heni Haryanti, n.d.)

Tabel 2. Penentuan Kategori Kano

Costumer Requirement		Disfunctional				
		1 Suka	2 Seharusnya	3 Netral	4 Tidak Masalah	5 Tidak Suka
Functional	1 Suka	Q	A	A	A	O
	2 Seharusnya	R	I	I	I	M
	3 Netral	R	I	I	I	M
	4 Tidak Masalah	R	I	I	I	M
	5 Tidak Suka	R	R	R	R	Q

Sumber: Nofirza & Indrayani, 2011

Menurut Margono (2004) menyatakan Populasi adalah keseluruhan data yang menjadi pusat seorang peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang sudah ditentukan di penelitiannya. Populasi penelitian ini adalah alumni jamaah umrah dari Maqdis Travel pada tahun 2012 – 2020. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu *single random sampling* dan perhitungan jumlah sampel menggunakan metode slovin (Heni Haryanti, n.d.) yang menghasilkan responden sebanyak 95 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan penyebaran kuisioner.

Rancangan variabel penelitian ini menggunakan webqual untuk mengukur kualitas

website berdasarkan instrumen penelitian yang dapat dikategorikan dalam empat variabel, yaitu kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas interaksi (*interaction quality*) dan *overall impression*.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Kondisi Layanan Haji dan umrah di PT. Maqdis Salam

Selama ini jamaah nyaman dan senang dengan pelayanan yang diberikan selama perjalanan mereka ke tanah suci, akan tetapi pada proses pendaftaran, jamaah masih perlu untuk mengisi formulir secara manual yang dimana menjadi keluhan calon jamaah. Dengan berkembangnya teknologi saat ini, para jamaah mengharapkan Maqdis Travel dapat beradaptasi untuk mengembangkan sistem informasi yang dimilikinya agar lebih mudah untuk para calon jamaah berinteraksi dengan Maqdis Travel.

Rancangan Sistem Informasi Pelayanan Jasa Travel dengan Menggunakan WebQual dan Model Kano pada Perusahaan Jasa

Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan 5%, dan jumlah responden sebanyak 30 kuesioner, sehingga diperoleh r tabel sebesar 0,361

Tabel 3. Uji Validitas

Butir Pertanyaan	Dimensi	R hitung	R tabel	Keterangan
P1	<i>Usability</i> (Kegunaan)	0,854	0,361	Valid
P2		0,638	0,361	Valid
P3		0,561	0,361	Valid
P4		0,764	0,361	Valid
P5		0,850	0,361	Valid
P6		0,694	0,361	Valid
P7		0,756	0,361	Valid
P8		0,659	0,361	Valid
P9	<i>Information Quality</i> (Kualitas Informasi)	0,816	0,361	Valid
P10		0,684	0,361	Valid
P11		0,743	0,361	Valid
P12		0,574	0,361	Valid
P13		0,682	0,361	Valid
P14		0,708	0,361	Valid
P15		0,782	0,361	Valid
P16	<i>Interaction Quality</i> (Kualitas Interaksi)	0,784	0,361	Valid
P17		0,846	0,361	Valid
P18		0,559	0,361	Valid
P19		0,403	0,361	Valid
P20		0,584	0,361	Valid
P21		0,435	0,361	Valid
P22		0,632	0,361	Valid
P23	<i>Overall Impression</i>	0,722	0,361	Valid
P24		0,566	0,361	Valid
P25		0,704	0,361	Valid
P26		0,800	0,361	Valid

Sumber: Data diolah, 2021

Uji Reabilitas

Untuk menguji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini, menggunakan koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

Tabel 4. Uji Reabilitas

Nilai Alpha Cronbach's	Nilai	Ketengan
0,673	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2021

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini terbagi menjadi empat bagian yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan penghasilan perbulan. Di antara 100 responden yang telah diteliti rata-rata terdapat jenis kelamin laki-laki dengan usia 41 sampai 50, mempunyai pekerjaan sebagai Wirasaha dengan penghasilan antara Rp. 6.000.000 – Rp. 9.000.000.

Pengklasifikasian Atribut berdasarkan Model Kano

Tabel 5. Hasil Pengklasifikasian Model Kano

Kategori	M	O	A	I	R	Q
P1	16	32	30	17	3	2
P2	14	24	37	22	3	0
P3	17	33	24	24	1	1
P4	16	20	35	23	4	2
P5	15	16	40	26	1	2
P6	28	24	22	23	3	0
P7	20	28	27	21	3	1
P8	18	19	35	23	3	2
P9	31	27	20	20	1	1
P10	20	36	25	15	4	0
P11	18	36	24	19	0	3
P12	17	29	26	24	2	2
P13	8	11	25	31	20	5
P14	36	19	25	18	2	0
P15	18	30	29	19	4	0
P16	17	24	34	22	3	0
P17	23	30	30	14	2	1
P18	31	23	28	16	2	0
P19	17	22	34	23	3	1
P20	11	15	23	28	21	2
P21	19	21	36	20	3	1
P22	26	22	24	24	4	0
P23	13	20	32	22	2	0
P24	30	22	24	22	2	0
P25	35	19	30	15	1	0
P26	20	34	25	19	1	1

Sumber: Data diolah, 2021

Pengkategorian Layanan menggunakan Blauth's Formula

Penulis membuat *resume* hasil penentuan kategori kano dengan menggunakan *Blauth's formula*, yang dapat dilihat pada tabel 6 dibawah ini:

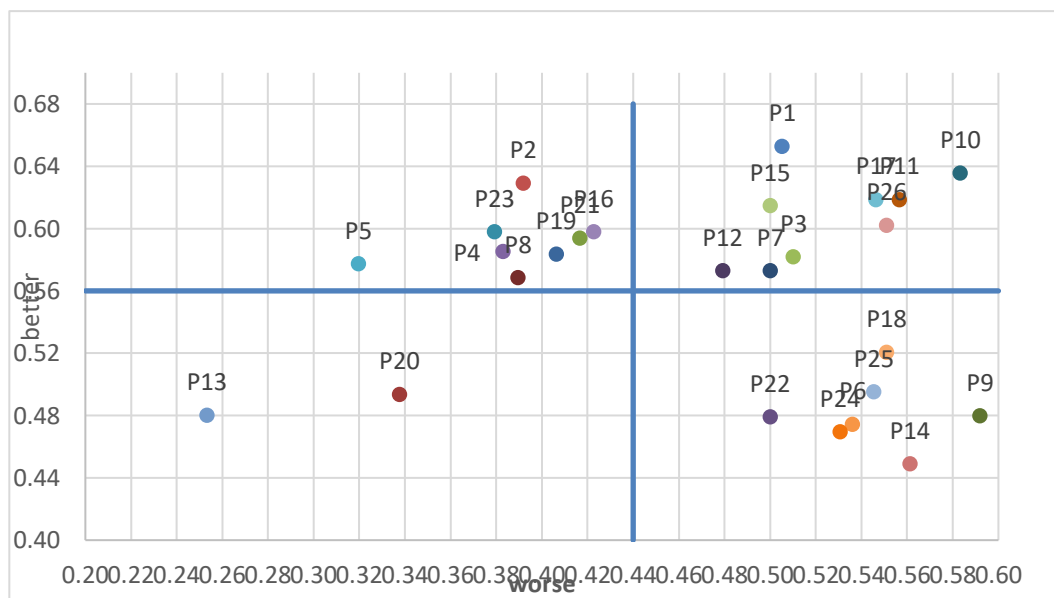
Tabel 6. Hasil Perhitungan Kategori Kano dengan *Blauth's Formula*

NO	MOA	IRQ	KATEGORI
P1	78	22	O
P2	75	25	A
P3	74	26	O
P4	71	29	A
P5	71	29	A
P6	74	26	M
P7	75	25	O
P8	72	28	A
P9	78	22	M
P10	81	19	O
P11	78	22	O
P12	72	28	O
P13	44	56	I
P14	80	20	M
P15	77	23	O
P16	75	25	A
P17	83	17	O
P18	82	18	M
P19	73	27	A
P20	49	51	I
P21	76	24	A
P22	72	28	M
P23	65	24	A
P24	76	24	M
P25	84	16	M
P26	79	21	O

Sumber: Data diolah, 2021

Perhitungan Better and Worse

Hasil dari perhitungan better worse dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini,



Sumber: Data diolah, 2021

Gambar 1. Grafik *Better dan Worse*

Pada hasil *better worse* diatas menghasilkan 4 kuadran yang memisahkan antara atribut kano, yaitu *must be*, *one dimensional*, *attractive* dan *indifferent*.

Perancangan Sistem Informasi Menggunakan Model Kano

Pada kategori *must be* (M) terdapat 7 atribut yang menyatakan bahwa atribut tersebut harus tetap ada dan menjadi kebutuhan dasar Maqdis Travel untuk tetap menjaga kepuasan pelanggan dalam mengakses informasi *via website*, karena didalam kategori *must be* jika atribut tersebut kurang baik maka kepuasan pelanggan akan menurun.

Pada kategori *Attractive* (A) terdapat 8 atribut yang menyatakan bahwa atribut tersebut tidak harus ada karena jika atribut tersebut kurang baik maka kepuasan pelanggan tidak akan berpengaruh pada kualitas layanan, tetapi jika kepuasan pelanggan ingin meningkat maka atribut kuat tersebut sebaiknya diadakan pada sistem informasi yang akan dibuat.

Pada kategori *one dimensional* (O) terdapat 9 atribut yang menyatakan atribut tersebut harus ditingkatkan dan jangan sampai menurun karena jika atribut tersebut baik maka kepuasan pelanggan akan naik sedangkan jika atribut tersebut kurang baik maka kepuasan pelanggan akan menurun.

Pada kategori *indifferent* (I) terdapat 2 atribut yang menyatakan atribut tersebut kurang diperhatikan oleh pelanggan sehingga ada atau tidaknya atribut tersebut tidak akan berpengaruh terhadap kenaikan atau penurunan tingkat kepuasan pelanggan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kondisi Maqdis Travel belum sempurna secara sistem dalam teknologi, karena pada proses pendaftaran masih menggunakan sistem manual yang dibantu oleh *landing page* sebagai iklan, serta keinginan para pengguna dalam menggunakan sistem informasi yang lebih mudah didapatkan dari Maqdis Travel. Hal tersebut mengartikan bahwa perlunya perancangan pembuatan *website* yang di dasari oleh metode webqual untuk mendapatkan atribut yang dibutuhkan agar Maqdis Travel dapat mengklasifikasikan kebutuhan-kebutuhan dari pengguna sehingga dapat membuat layanan yang berkualitas dan memperoleh kepuasan tinggi.

Berdasarkan analisis menggunakan model kano terdapat beberapa atribut dengan 9 atribut pada kategori *one dimensional* (O), 8 atribut pada kategori *attractive* (A), 7 atribut pada kategori *must be* (M), dan 2 atribut pada kategori *indifferent* (I). Dengan melakukan perancangan berdasarkan prioritas yang sudah didapatkan dari atribut model kano yang kuat dan juga lemah.

Acknowledge

Berisi ucapan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang membantu penelitian Anda.

Daftar Pustaka

- [1] Al, D. I., & Travelindo, L. (2016). Sistem Informasi Tour and Travel Umrah. 1–15.
- [2] Bilqis, N. (2019). Indonesia Perjuangkan Kuota Haji Naik Jadi 250 Ribu Orang. <https://www.liputan6.com/haji/read/4026464/indonesia-perjuangkan-kuota-haji-naik-jadi-250-ribu-orang>
- [3] Heni Haryanti. (n.d.). ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN TRAVEL JOGLOSEMAR (Studi kasus pada Para Pengguna Jasa Travel Joglosemar Yogyakarta) Heni Haryanti.
- [4] Noor, M. (2018). Haji dan Umrah. *Jurnal Humaniora Teknologi*, 4(1), 38–42. <https://doi.org/10.34128/jht.v4i1.42>
- [5] Pew Research Center. (2017). Why Muslims are the world’s fastest-growing religious group. Pew Research Centre. <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/04/06/why-muslims-are-the-worlds-fastest-growing-religious-group/>
- [6] Roche, M. J., Pincus, A. L., Lukowitsky, M. R., Ménard, K. S., & Conroy, D. E. (2013). An integrative approach to the assessment of narcissism. *Journal of Personality Assessment*, 95(3), 237–248. <https://doi.org/10.1080/00223891.2013.770400>
- [7] Rohandi, M. M. A., Gumelar, E. T., & Sevriana, L. (2020). Website Quality 4.0 on

Admission of New Students (PMB) at Higher Education. 409(SoRes 2019), 9–12.
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.200225.003>

- [8] Sari, D. P., & Pangaribuan, I. (2019). Evaluation of usability online payment website to agent satisfaction. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 662(2).
<https://doi.org/10.1088/1757-899X/662/2/022121>
- [9] Zakiah, Tiani Rahmawati. Lasmanah. (2021). Pengaruh Sikap Keuangan dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan pada Anggota Ghoib Community di Kabupaten Bandung Barat. Jurnal Riset Manajemen Bisnis Universitas Islam Bandung. 1 (1). 42-50