

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap umat muslim tentu menyimpan harapan agar dapat melakukan ibadah ke tanah suci, baik itu ibadah umroh maupun haji. Mereka rela mengeluarkan uang yang tidak sedikit untuk bisa melakukan perjalanan tersebut. Ibadah haji merupakan salah satu rukun Islam yang wajib dikerjakan bagi yang memiliki kemampuan, baik dari kemampuan fisik, ilmu serta finansial. Melaksanakan ibadah haji berarti melaksanakan beberapa kegiatan di beberapa tempat yang ada di Arab Saudi pada suatu waktu yang ditentukan dan dikenal dengan musim haji.¹ Sedangkan Ibadah umroh adalah berkunjung ke Baitullah di luar musim haji, dengan niat melaksanakan umrah yang dilanjutkan dengan melakukan tawaf, sai, dan tahalul.²

Sebagai negara yang mayoritas beragama Islam, tidak bisa kita pungkiri bahwa banyak sekali umat Islam di Indonesia yang mempunyai keinginan untuk melakukan ibadah haji maupun umroh. Dengan banyaknya antusias umat Islam yang ingin pergi haji maka diberlakukanlah daftar tunggu haji. Saat ini waktu tunggu haji di Indonesia hingga tahun 2058. Berikut jumlah daftar tunggu haji di Indonesia :

¹ Dede Imadudin, *Mengenal Haji* (Jakarta: PT. MAPAN, 2012). Hlm, 5.

² Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019 tentang *Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah*, Pasal 1 ayat 2.

No	Provinsi	Kuota	Pendaftar	s.d Tahun
1	Aceh	4359	110596 jemaah	2045
2	Bali	695	15028 jemaah	2041
3	Banten	9420	186499 jemaah	2039
4	Bengkulu	1630	25670 jemaah	2043
5	Daerah Istimewa Yogyakarta	3131	74186 jemaah	2043
6	DKI Jakarta	7891	161110 jemaah	2040
7	Gorontalo	974	11921 jemaah	2032
8	Jambi	2899	69515 jemaah	2043
9	Jawa Barat	38549	635202 jemaah	2041
10	Jawa Tengah	30225	700341 jemaah	2043
11	Jawa Timur	35034	889266 jemaah	2045
12	Kalimantan Barat	2510	39388 jemaah	2038
13	Kalimantan Selatan	3799	113983 jemaah	2050
14	Kalimantan Tengah	1603	30990 jemaah	2039
15	Kalimantan Timur	2577	63367 jemaah	2050
16	Kalimantan Utara	148	3695 jemaah	2044
17	Kepulauan Bangka Belitung	1061	19657 jemaah	2038
18	Kepulauan Riau	1286	20157 jemaah	2035
19	Lampung	7020	117040 jemaah	2036
20	Maluku	1216	13374 jemaah	2033
21	Maluku Utara	1035	14218 jemaah	2038
22	Nusa Tenggara Barat	4476	120048 jemaah	2046

23	Nusa Tenggara Timur	665	11318 jemaah	2037
24	Papua	1072	19673 jemaah	2038
25	Papua Barat	713	10012 jemaah	2036
26	Riau	5030	93728 jemaah	2038
27	Sulawesi Barat	1288	25056 jemaah	2043
28	Sulawesi Selatan	7227	217712 jemaah	2058
29	Sulawesi Tengah	1986	33868 jemaah	2037
30	Sulawesi Tenggara	2012	39228 jemaah	2039
31	Sulawesi Utara	710	8659 jemaah	2032
32	Sumatera Barat	4592	84248 jemaah	2038
33	Sumatera Selatan	6988	113782 jemaah	2036
34	Sumatera Utara	8292	134892 jemaah	2036

Tabel 1.1 Daftar Tunggu Haji di Indonesia³

Dengan diterapkannya daftar tunggu haji, menyebabkan tingginya permintaan untuk melakukan ibadah umroh yang menjadi alternatif bagi umat Islam karena terlalu lama menunggu daftar tunggu haji. Hal ini dapat terlihat dari jumlah keberangkatan jemaah umroh dari tahun ke tahun sebagai berikut:

Periode	Tahun	Total
1435 H	2013 – 2014 M	598.077 orang
1436 H	2014 – 2015 M	649.283 orang
1437 H	2015 – 2016 M	693.332 orang

³ Kementerian Agama Republik Indonesia “Daftar Tunggu Haji di Indonesia” dalam <https://haji.kemenag.go.id/v3/basisdata/waiting-list>, diakses tanggal 22 Februari 2020.

1438 H	2016 – 2017 M	867.561 orang
1439 H	2017 – 2018 M	1.005.806 orang

Tabel 1.2 Jumlah Jamaah Umroh Indonesia Periode 1435 H – 1439 H⁴

Dengan adanya data jumlah jamaah umroh ini membuktikan bahwa Indonesia memiliki jumlah keberangkatan umroh yang terus meningkat setiap tahunnya. Melihat fenomena ini, mendorong sejumlah pihak untuk menciptakan bisnis dibidang jasa, khususnya sebagai penyelenggara biro jasa tour & travel ibadah umroh. Jasa itu sendiri merupakan suatu produk yang tidak nyata dan dibutuhkan pelanggan sebagai bagian dari pemuasan kebutuhan pelanggan, melalui beberapa aktivitas yang didapatkan dari timbal balik antara pemberi jasa dan penerima jasa dalam suatu waktu.⁵ Jasa yang saat ini banyak diminati ialah jasa PPIU, hal ini dikarenakan umroh menjadi suatu kebutuhan ibadah bagi orang-orang yang mampu melaksanakan secara fisik dan finansial, sebagaimana yang diungkapkan oleh Sayyidah dan Moch. Khoirul pada penelitian terdahulunya.⁶

PPIU (Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh) adalah biro perjalanan wisata yang telah mendapat izin dari Menteri untuk menyelenggarakan perjalanan Ibadah Umroh.⁷ Banyaknya PPIU yang ada di Indonesia dapat dilihat dari data berikut ini:

⁴ Amphuri “Jumlah Jamaah Umrah Indonesia dari Tahun ke Tahun” dalam www.amphuri.org diakses pada tanggal, 08 Februari 2020.

⁵ Veitzhal Rivai Zainal dkk., *Islamic Marketing Management* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017). Hlm, 402.

⁶ Sayyidah Putri Amroh Mustaidah dan Khoirul Anwar, “Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah terhadap Loyalitas Jamaah Umrah di PT. Ikhwan Berkah Sejahtera,” *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2019). Hlm, 103

⁷ Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2018 tentang *Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah*, Pasal 1 ayat 2.

No	Provinsi	Jumlah Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU)
1	Aceh	4 PPIU dan 9 Cabang
2	Bali	1 PPIU dan 6 Cabang
3	Banten	63 PPIU dan 12 Cabang
4	Bengkulu	1 PPIU dan 7 Cabang
5	Daerah Istimewa Yogyakarta	19 PPIU dan 50 Cabang
6	DKI Jakarta	385 PPIU dan 11 Cabang
7	Gorontalo	2 PPIU dan 16 Cabang
8	Jambi	4 PPIU dan 10 Cabang
9	Jawa Barat	165 PPIU dan 26 Cabang
10	Jawa Tengah	39 PPIU dan 38 Cabang
11	Jawa Timur	96 PPIU dan 34 Cabang
12	Kalimantan Barat	8 PPIU dan 52 Cabang
13	Kalimantan Selatan	35 PPIU dan 6 Cabang
14	Kalimantan Tengah	2 PPIU dan 4 Cabang
15	Kalimantan Timur	10 PPIU dan 20 Cabang
16	Kalimantan Utara	0 PPIU dan 0 Cabang
17	Kepulauan Bangka Belitung	1 PPIU dan 4 Cabang
18	Kepulauan Riau	8 PPIU dan 9 Cabang
19	Lampung	8 PPIU dan 8 Cabang
20	Maluku	0 PPIU dan 0 Cabang
21	Maluku Utara	0 PPIU dan 0 Cabang

22	Nusa Tenggara Barat	2 PPIU dan 4 Cabang
23	Nusa Tenggara Timur	0 PPIU dan 0 Cabang
24	Papua	0 PPIU dan 0 Cabang
25	Papua Barat	0 PPIU dan 0 Cabang
26	Riau	20 PPIU dan 22 Cabang
27	Sulawesi Barat	0 PPIU dan 3 Cabang
28	Sulawesi Selatan	46 PPIU dan 32 Cabang
29	Sulawesi Tengah	5 PPIU dan 4 Cabang
30	Sulawesi Tenggara	1 PPIU dan 1 Cabang
31	Sulawesi Utara	0 PPIU dan 0 Cabang
32	Sumatera Barat	12 PPIU dan 62 Cabang
33	Sumatera Selatan	14 PPIU dan 12 Cabang
34	Sumatera Utara	32 PPIU dan 14 Cabang

Tabel 1.3 Jumlah Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU)⁸

Dengan bertambahnya PPIU ini masih sangat logis, mengingat lamanya daftar tunggu haji di Indonesia. Namun kondisi ini jugalah yang membuat persaingan bisnis dari perusahaan sejenis semakin ketat. Sebagaimana penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Shara Novia Annas bahwa banyaknya biro perjalanan umrah menyebabkan persaingan antar perusahaan menjadi ketat, sehingga perusahaan membutuhkan strategi yang dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa biro perjalanan

⁸ Direktorat Bina Umrah dan Haji Khusus Kementerian Agama Republik Indonesia, "Pencarian PPIU (Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah)" dalam simpu.kemenag.go.id, diakses 8 Februari 2020

umrah tersebut.⁹ Dengan banyaknya persaingan antara PPIU, diharapkan para *stakeholder* menekankan moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan dan keadilan, karena nilai moralitas tersebut bagi seorang muslim merupakan cerminan dari keimanannya kepada Allah.¹⁰

Di tengah banyaknya kemunculan PPIU, di sisi lain banyak pula travel umroh yang telah dicabut izin operasionalnya. PPIU yang dicabut izin operasionalnya, yaitu : PT. Mediterrania Travel, PT. Mustaqbal Lima, PT. Ronalditya, PT. Kopindo Wisata, PT. Timur Sarana Tour & Travel, PT. Diva Sakinah, PT. Hikma Sakti Perdana (HSP), PT. First Anugerah Karya Wisata (First Travel), PT. BPW Al Utswanayah Tour, PT. Interculture Tourindo, PT. Amanah Bersama Umat (Abu Tour), PT. Solusi Balad Lumampah (SBL), PT. Mustaqbal Wisata Prima.¹¹

Hal ini bisa disebabkan oleh satu dan lain hal. Sampai pada tanggal 09 Februari 2020 Kementerian Agama mencatat terdapat 262 pengaduan. Dimana pengaduan ini didominasi oleh masalah umum sebanyak 220 aduan (84%), berikut kategori masalah dari pengaduan yang diajukan kepada Kementerian Agama :

No	Kategori masalah	Jumlah	Persentase
1	Jemaah tidak mendapatkan NPU (Nomor Porsi Umrah)	3 Aduan	1,1%
2	Berangkat lebih dari 6 bulan	1 Aduan	0,4%

⁹ (Annas, 2019) Hlm, 2

¹⁰ Khoiruddin Khoiruddin, "Implementasi Etika Bisnis Perspektif Islam," *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4, no. 2 (2013): 311–33. Hlm, 2

¹¹ Basri Baharuddin, "Akreditasi PPIU, Terobosan Pembinaan Travel Umrah" dalam www.kompasiana.com, diakses pada 09 Februari 2020.

	setelah pendaftaran		
3	Penelantaran jemaah	4 Aduan	1,5%
4	Tidak ada perjanjian antara kedua belah pihak	4 Aduan	1,5%
5	PPIU tidak menyediakan tanda pengenal jemaah	2 Aduan	0,8%
6	Tidak mengembalikan BPIU (Biaya Perjalanan Ibadah Umrah) setelah pembatalan keberangkatan	5 Aduan	1,9%
7	Gagal berangkat	12 Aduan	4,6%
8	Tidak ada bimbingan manasik	1 Aduan	0,4%
9	Tidak disediakan asuransi perjalanan	3 Aduan	1,1%
10	Pelayanan (transportasi, akomodasi, kesehatan dan konsumsi) jemaah tidak sesuai SPM (Standar Pelayanan Minimal)	3 Aduan	1,1%
11	Jemaah tidak dipulangkan	4 Aduan	1,5%
12	Masalah umum	220 Aduan	84%
Total		262 Aduan	

Tabel 1.4 Statistik Pengaduan Masalah¹²

¹² Direktorat Bina Umrah dan Haji Khusus – Kementerian Agama Republik Indonesia, “Statistik Data Pengaduan” dalam simpu.kemenag.go.id, diakses pada 09 Februari 2020.

Dari banyaknya pengaduan tersebut, perusahaan atau para pemasar tentunya perlu memahami konsep pemasaran dan perilaku konsumen terhadap keputusan pemilihan suatu produk, khususnya pembelian pada program umroh. Seperti yang diungkapkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sri Wigati, ia mengungkapkan bahwa para pemasar perlu mempelajari keinginan, persepsi, preferensi dan perilaku konsumen dalam berbelanja, hal ini karena perilaku konsumen yang bersikap tidak selalu terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya dan bahkan sering mengubah pikirannya pada menit terakhir.¹³ Sebagaimana menurut Kotler bahwa dalam konsep pemasaran, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Travel umroh yang telah diakui oleh Kementrian Agama, belum tentu travel tersebut baik dan dapat terhindar dari resiko kegagalan pemberangkatan jamaah umroh seperti fenomena yang terjadi beberapa waktu lalu. Travel umroh yang gagal dalam memberangkatkan calon jamaahnya menjadi cerminan bahwa kurangnya pengelolaan manajemen perusahaan.¹⁴ Dengan banyaknya PPIU dan banyaknya pengaduan, calon jamaah diharapkan lebih cerdas, jeli dalam memilih dan menentukan travel umroh.

Travel yang telah mempunyai kepercayaan dari jamaahnya mempunyai tugas yang semakin berat salah satu contohnya yaitu

¹³ (Wigati, 2011) Hlm, 24

¹⁴ Basri Baharuddin, "Akreditasi PPIU, Terobosan Pembinaan Travel Umrah" dalam www.kompasiana.com, diakses pada 09 Februari 2020.

mempertahankan serta meningkatkan pelayanan yang baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan kepuasan dan pelayanan diyakini sebagai kunci sukses para biro travel, sebab akan berdampak pada hilangnya kepercayaan yang dimaknai sebagai amanah untuk memberikan pelayanan secara profesional.¹⁵

Hal inilah yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar lebih memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini pula yang berkaitan erat terhadap kenaikan dan penurunan konsumen, yang tidak lain karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk.

Oleh karena itu, peneliti mencoba untuk mempersingkat waktu konsumen dalam mengambil keputusan untuk memilih suatu travel umroh dan diharapkan dapat memberikan informasi tentang faktor apa yang mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu travel umroh, sehingga dapat membantu para pemilik bisnis tour & travel umroh untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode AHP. Metode ini dipilih karena dapat menyederhanakan permasalahan yang kompleks dari berbagai pilihan alternatif serta membantu untuk mempercepat proses keputusan konsumen dalam memilih travel umroh.

Berdasarkan uraian dan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Keputusan**

¹⁵ Ferry Setyadi Atmadja, “Strategi Pelayanan Prima Dalam Menumbuhkan Kepercayaan Jamaah Umrah Pada PT. Wisata Titiannusantara Pelangi Di Jakarta Pusat” (Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ..., 2019). hlm, 4

Konsumen terhadap Pemilihan Travel Umroh Menggunakan Metode AHP”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil uraian latar belakang diatas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu travel umroh ?
2. Bagaimana analisis urutan prioritas faktor keputusan konsumen terhadap pemilihan travel umroh menggunakan metode AHP ?

C. Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada latar belakang dan perumusan masalah yang sudah dinyatakan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu travel umroh
2. Untuk menganalisis urutan prioritas faktor keputusan konsumen terhadap pemilihan travel umroh menggunakan metode AHP

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini, diantaranya adalah :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat menambah informasi dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengambil keputusan untuk memilih suatu travel dengan metode AHP. Serta penelitian ini dapat menjadi sumber tambahan dan melengkapi hasil-hasil penelitian sebelumnya dengan topik yang sama, sehingga

dapat dijadikan referensi bagi kalangan akademisi dan peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

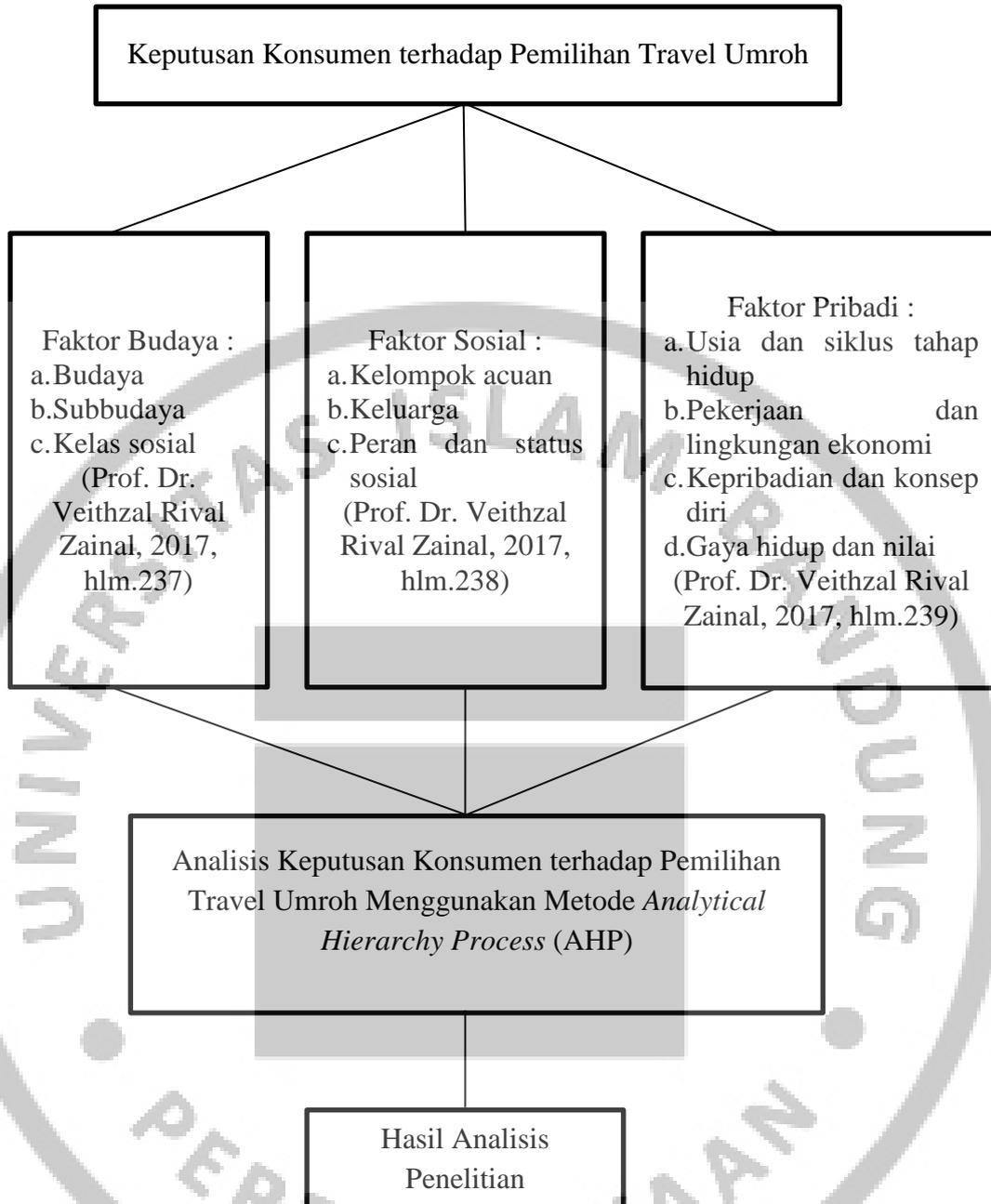
2. Manfaat praktis

- a. Bagi perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan mengenai faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih travel umroh. Sehingga perusahaan dapat memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen, serta meningkatkan minat beli masyarakat.
- b. Bagi masyarakat. Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan sebagai masukan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam memilih travel umroh.
- c. Bagi penulis. Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai ilmu yang diperoleh di perkuliahan dengan prakteknya secara nyata.

E. Kerangka Teori

Kerangka teori adalah kemampuan seorang peneliti dalam mengaplikasikan pola berfikirnya dalam menyusun secara sistematis teori-teori yang mendukung permasalahan penelitian.¹⁶ Dalam menjabarkan setiap teori yang mendukung penelitian ini, peneliti menggunakan alur pemikiran seperti berikut :

¹⁶ Lestina Norasari Girsang, "Pengaruh Model Pembelajaran Think Pair Share terhadap Kemampuan Siswa Menemukan Gagasan Utama pada Teks Deskripsi Di Kelas VII SMP Negeri 21 Medan Tahun Pembelajaran 2019/2020," 2019. Hlm, 6



Gambar 1.1 Kerangka Teori

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan ialah kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya mengenai perilaku,

persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.¹⁷ Penelitian ini meliputi pengumpulan data, analisis data, interpretasi data dan diakhiri dengan kesimpulan yang mengacu pada penganalisisan tersebut.

2. Sumber Data

Sumber data ini sangat penting untuk digunakan dalam penelitian guna menjelaskan benar atau tidaknya suatu penelitian. Dalam hal ini penulis menggunakan :

- a. Data primer dalam penelitian ini merupakan data utama yang diperoleh langsung dari responden berupa hasil kuesioner, wawancara, serta dokumentasi.
- b. Data sekunder dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber yang tertulis yang terdapat dalam buku dan literatur terkait.

3. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data lapangan dan data pustaka. Data lapangan diambil dari hasil kuisioner dan wawancara, sedangkan data pustaka diambil dari buku-buku yang bersangkutan dengan penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan cara :

¹⁷ (Moleong, 2011) Hlm, 49

- a. Wawancara (*interview*), penulis mengadakan komunikasi secara langsung dan mengajukan beberapa pertanyaan kepada beberapa responden. Wawancara dilakukan secara lisan dan jawaban dari hasil wawancara tersebut dicatat atau direkam.
- b. Kuesioner, menurut Sugiyono kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atas pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.¹⁸
- c. Dokumentasi, dalam hal ini penulis mengumpulkan data-data yang tersimpan dan dimiliki oleh perusahaan travel umroh, baik dokumentasi secara tertulis, gambar, elektronik dan hasil wawancara.

5. Teknik Pengolahan Data

Dalam menganalisis data selain dianalisis secara kualitatif, penulis juga menggunakan metode analisis AHP yang diolah dengan bantuan *software expert choice*.

a. Definisi Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

Analytical Hierarchy Process (AHP) dikembangkan oleh Thomas L. Saaty pada tahun 1970-an. Menurut Saaty yang dikutip oleh Rizal, AHP merupakan suatu model pendukung keputusan yang menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hirarki.¹⁹

¹⁸ (2003b) Hlm, 199.

¹⁹ Rizal Rachman, "Penerapan Metode Ahp Untuk Menentukan Kualitas Pakaian Jadi Di Industri Garment," *Jurnal Informatika* 6, no. 1 (2019): 1–8. Hlm, 2

b. Kegunaan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

Setiap metode tentunya memiliki kekurangan dan kelebihan dalam penggunaannya, berikut kekurangan dan kelebihan dari penerapan metode AHP :²⁰

Keuntungan dari metode AHP dalam pemecahan persoalan dan pengambilan keputusan adalah :

- 1) Kesatuan : AHP memberi satu model tunggal yang mudah dimengerti, luwes untuk aneka ragam persoalan tak terstruktur.
- 2) Kompleksitas : AHP memadukan ancangan deduktif dan ancangan berdasarkan sistem dalam memecahkan persoalan kompleks.
- 3) Saling ketergantungan : AHP dapat menangani ketergantungan elemen-elemen dalam suatu sistem dan tidak memaksakan pemikiran linier.
- 4) Penyusunan hirarki : AHP mencerminkan kecenderungan alami pikiran untuk memilah elemen-elemen suatu sistem dalam berbagai tingkat berlainan dan mengelompokkan unsur yang serupa dalam setiap tingkat.
- 5) Pengukuran : AHP memberi suatu skala untuk mengukur hal-hal dan wujud suatu model untuk menetapkan prioritas.

²⁰ (Rahmayanti, 2010) Hlm, 39

- 6) Konsistensi : AHP melacak konsistensi logis dari pertimbangan-pertimbangan yang digunakan dalam menentukan prioritas.
- 7) Sintesis : AHP menuntun ke suatu taksiran menyeluruh tentang kebaikan setiap alternatif.
- 8) Tawar-menawar : AHP mempertimbangkan prioritas-prioritas relatif dari berbagai faktor sistem dan memungkinkan orang memilih alternatif terbaik berdasarkan tujuan mereka.
- 9) Penilaian dan konsensus : AHP tidak memaksakan konsensus tetapi mensintesis suatu hasil yang representatif dari berbagai penilaian yang berbeda-beda.
- 10) Pengulangan proses : AHP memungkinkan orang memperhalus definisi mereka pada suatu persoalan dan memperbaiki pertimbangan dan pengertian mereka melalui pengulangan.

Selain terdapat keuntungan, AHP ini juga terdapat kelemahan dalam penerapannya, yaitu :

- 1) AHP tidak dapat diterapkan pada suatu perbedaan sudut pandang yang sangat tajam atau ekstrim dikalangan responden.
- 2) Metode ini mensyaratkan ketergantungan pada sekelompok ahli sesuai dengan jenis spesialis terkait dalam pengambilan keputusan.

- 3) Responden yang dilibatkan harus memiliki pengetahuan dan pengalaman yang cukup tentang permasalahan serta metode AHP.

c. Prinsip Dasar Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

Pengambilan keputusan dalam metodologi AHP didasarkan atas 4 prinsip dasar, yaitu : ²¹

- 1) *Decomposition*. *Decomposition* yaitu memecah persoalan-persoalan yang utuh menjadi unsur-unsurnya. Jika ingin mendapatkan hasil akurat, pemecahan juga dilakukan terhadap unsur-unsurnya sehingga didapatkan beberapa tingkatan dari persoalan tadi. Karena alasan ini, maka proses analisis ini dinamakan hirarki. Ada dua jenis hirarki yaitu lengkap dan tak lengkap. Disebut hirarki lengkap jika semua elemen ada pada tingkat berikutnya, jika tidak demikian maka hirarki yang terbentuk dinamakan hirarki tidak lengkap.
- 2) *Comparative Judgement*. Prinsip ini membuat penilaian tentang kepentingan relatif dua elemen pada suatu tingkat tertentu dalam kaitannya dengan kriteria di atasnya. Penilaian ini ialah inti dari metode AHP, karena ia akan berpengaruh dalam menentukan prioritas dari elemen yang ada sebagai dasar pengambilan keputusan. Hasil dari penilaian ini disajikan dalam bentuk matriks yang dinamakan matriks perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*).

²¹ Reny Rahmayanti, Analisis pemilihan supplier....., hlm. 41

3) *Synthesis of Priority*. Dari matriks perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*) kemudian dicari *eigenvector* dari setiap matriks perbandingan berpasangan untuk mendapatkan *local priority* karena matriks perbandingan berpasangan terdapat pada setiap tingkat maka untuk mendapatkan *global priority* harus dilakukan sintesis di antara *local priority*. Langkah-langkah melakukan sintesis berbeda menurut hirarki. Pengurutan elemen menurut kepentingan relatif melalui prosedur sintesis dinamakan *priority setting*. *Global priority* adalah prioritas atau bobot subkriteria maupun alternatif terhadap tujuan hirarki secara keseluruhan atau level tertinggi dalam hirarki. Cara untuk mendapatkan *global priority* ini dengan cara mengalikan *local priority* subkriteria maupun alternatif dengan prioritas dari *parent criterion* (kriteria level di atasnya).

4) *Logical Consistency*. Konsistensi memiliki dua makna. Pertama adalah objek-objek yang serupa dapat dikelompokkan sesuai dengan keseragaman dan relevansi. Arti kedua adalah menyangkut tingkat hubungan antara objek-objek yang didasarkan pada kriteria tertentu. Contohnya jika manis merupakan kriteria dan madu dinilai 5 kali lebih manis dibanding gula, dan gula 2 kali lebih manis dibanding sirup, maka seharusnya madu dinilai 10 kali lebih manis dibanding sirup. Jika madu dinilai 4 kali manisnya dibanding sirup, maka

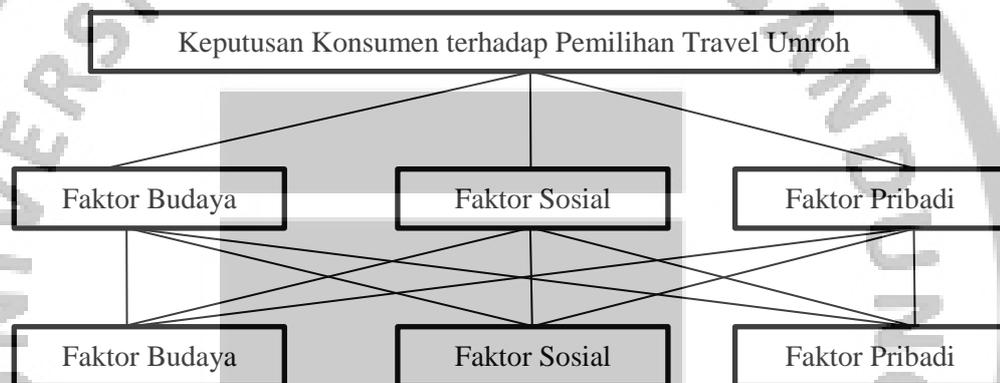
penilaian tidak konsisten dan proses harus diulang jika ingin memperoleh penilaian yang lebih tepat.

d. Tahapan Analisis *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

Berikut tahapan penelitian yang dilakukan menggunakan metode AHP :

1) Menyusun masalah ke dalam suatu struktur hierarki.

Berdasarkan masalah yang sudah dibahas dalam penelitian, penulis membuat hierarki sebagai berikut :



Gambar 1.2 Hierarki AHP

2) Melakukan penyebaran kuesioner dan wawancara.

Peneliti mendapatkan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada para ahli pada travel umroh serta kepada para akademisi. Lalu hasil kuesioner tersebut dijadikan sumber dalam pengolahan data melalui *software expert choice*.

Kemudian hasil wawancara yang didapat sebagai pendukung jawaban atas kuesioner tersebut.

3) Penilaian Kriteria dan subkriteria.

Kriteria dan subkriteria dinilai melalui perbandingan berpasangan. Perbandingan dilakukan berdasarkan kebijakan pembuat keputusan atau responden dengan cara menilai tingkat prioritas antara elemen yang satu dengan elemen yang lainnya. Penilaian dari skala 1 sampai skala 9 adalah skala terbaik dalam mengekspresikan pendapat.

Intensitas Kepentingan	Keterangan
1	Kedua elemen sama pentingnya
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting daripada elemen yang lainnya
5	Elemen yang satu lebih penting daripada yang lainnya
7	Satu elemen jelas lebih mutlak penting daripada elemen lainnya
9	Satu elemen mutlak penting daripada elemen lainnya
2, 4, 6, 8	Apabila ragu antara dua nilai yang berdekatan

Tabel 1.5 Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan.

4) Menyusun prioritas untuk tiap elemen masalah pada setiap hierarki.

Prioritas ini dihasilkan dari suatu matriks perbandingan berpasangan antara seluruh elemen pada tingkat hierarki yang sama. Matriks perbandingan yaitu pemberian bobot masing-masing kriteria menggunakan model AHP (*Analytical Hierarchy Process*).

5) Melakukan pengujian konsistensi.

Setelah prioritas disusun, peneliti melakukan pengujian konsistensi terhadap perbandingan antar elemen yang didapatkan pada tiap tingkat hierarki dan hasil dari pengujian tersebut dapat diambil kesimpulan.

6. Pendekatan Penelitian.

Pendekatan penelitian yang akan digunakan adalah pendekatan fenomenologi, yaitu ilmu pengetahuan dimana suatu fenomena yang dialami manusia menjadi subjek kajiannya.²²

G. Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan konsumen (Prof. Dr. Veithzal Rival Zainal, 2017, hlm.237-239)	Faktor Budaya	1. Budaya, pengaruh yang berasal dari turun temurun	Skala <i>Analytical Hierarchy Process</i> (1-9)
		2. Subbudaya, pengaruh dari sosiobudaya dan demografis	
		3. Kelas sosial, pengaruh dari masyarakat sekitar	
	Faktor Sosial	1. Kelompok acuan, pengaruh dari teman.	
		2. Keluarga, pengaruh dari orang tua, saudara kandung, pasangan, dan anak	
		3. Peran dan status sosial, pengaruh dari adanya kepemilikan peran dan status di masyarakat	
	Faktor Pribadi	1. Usia dan siklus tahap hidup, pengaruh usia dan kebutuhan diri	
		2. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi, pengaruh pekerjaan dan kondisi ekonomi	

²² (Hasbiansyah, 2008) Hlm, 164

		3. Kepribadian dan konsep diri, pengaruh keinginan dari dalam diri sendiri	
		4. Gaya hidup dan nilai, pengaruh pola hidup dan sikap seseorang	

Tabel 1.6 Operasional Variabel

