

Pengaruh Harga Paket dan Pendapatan Pembeli terhadap Permintaan Jasa Umrah di PT AMWA Tours Bandung Periode 2015 - 2016

Package Price and Income Effect on Demand Services Buyers Umrah at PT Amanah Mulia Wisata (AMWA Tours) Bandung Period 2015-2016

¹Haryati Hanapiah, ²Titin Suprihatin, ³Susilo Setyawan

^{1,2,3}*Prodi Keuangan & Perbankan Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116
email: ¹haryatiwijaya23@gmail.com*

Abstract. The high interest of Muslims in Indonesia to perform pilgrimage to the Holy Land continues to increase from year to year. From January 1 to May 7 2015 the number of Umrah's pilgrims reached to 24 896 worshipers. While in 2016 the number of Umrah's pilgrims reached 36 324 worshipers. This is also reflected in the PT AMWA Tours Bandung, in 2015 the number of Umrah's pilgrims as many as 877 worshipers. In 2016 the number of Umrah's pilgrims has increased to 1072 worshipers. Demand of Umrah's services in PT AMWA Tours Bandung is fluctuated. Usually the level of demand for Umrah is influenced by several factors, such as price and buyer's income. Based on the above phenomenon, the purpose of this study was to determine the fluctuations in demand of umrah services, to determine the package's price of buyer and buyer's income, and to determine the effect of the package's price of buyer and consumer's income to demand of umrah's services simultaneously and partially in PT AMWA Tours Bandung. The method that had been used is descriptive analytical. Source data that had been used is secondary data which obtained directly from PT AMWA Tours. The data had been collected with study of documentation, interview, and literature. Data analysis tool which had been used is multiple linear regression. Based on the results of this study, concluded that fluctuations in demand for services of Umrah in the year 2015-2016 at PT AMWA Tours take place every month. Umrah's package rates offered range 1750-3525 USD, while buyer's income ranging from Rp 3,250,000 - Rp 7,500,000. Based on simultaneous significance test, a significance's value equal to 0.014. This means that there are significant effect of the package's price of buyer and consumer's income to demand in Umrah services. In partial significance test, only the package's price of buyer which affect the demand for umrah services, with a significance's value of 0.007. While buyer's income obtained significance's value of 0.472. This means that there is no influence between buyer's income to demand for Umrah services.

Keywords: Cost, Revenue, Demand, Umrah.

Abstrak. Tingginya animo umat Islam di Indonesia untuk menjalankan ibadah ke Tanah Suci terus meningkat dari tahun ke tahun. Sejak tanggal 1 Januari hingga 7 Mei 2015 jumlah jamaah umrah mencapai 24.896 jamaah. Sedangkan di tahun 2016 jumlah jamaah umrah mencapai 36.324 jamaah. Hal tersebut juga terjadi di PT AMWA Tours Bandung, pada tahun 2015 jumlah jamaah umrah sebanyak 877 jamaah. Pada tahun 2016 terjadi peningkatan jumlah jamaah yaitu menjadi 1072 jamaah. Permintaan jasa umrah di PT AMWA Tours Bandung mengalami fluktuasi. Biasanya tinggi rendahnya permintaan jasa umrah dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain seperti faktor harga dan pendapatan pembeli. Berdasarkan fenomena di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui fluktuasi permintaan jasa umrah, untuk mengetahui harga paket dan pendapatan pembeli, dan untuk mengetahui pengaruh harga paket dan pendapatan pembelian konsumen terhadap permintaan jasa umrah secara simultan dan parsial di PT AMWA Tours Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh langsung dari PT AMWA Tours dengan teknik pengumpulan data studi dokumentasi, wawancara, dan studi pustaka. Alat analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa fluktuasi permintaan jasa umrah pada tahun 2015-2016 di PT AMWA Tours terjadi setiap bulannya. Harga paket umrah yang ditawarkan berkisar 1.750 – 3.525 USD, sedangkan pendapatan pembeli berkisar antara Rp 3.250.000 – Rp 7.500.000. Berdasarkan uji signifikansi simultan, terdapat pengaruh yang signifikan sebesar 0,014. Artinya terdapat pengaruh harga paket dan pendapatan pembeli terhadap permintaan jasa umrah. Pada uji signifikansi parsial, hanya harga paket yang berpengaruh terhadap permintaan jasa umrah, dengan nilai signifikansi sebesar 0,007. Sedangkan pendapatan pembeli diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,472. Artinya tidak terdapat pengaruh antara pendapatan pembeli terhadap permintaan jasa umrah.

Kata Kunci : Harga, Pendapatan, Permintaan, Umrah.

A. Pendahuluan

Indonesia adalah Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, dengan 85% dari jumlah penduduk adalah penganut ajaran Islam.¹ Hal tersebut berarti kebutuhan *religious* umat Islam di Indonesia tinggi. Tingginya kebutuhan tersebut akan memicu meningkatnya permintaan terhadap barang atau jasa yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan yang bersifat *religious*. Salah satu permintaan jasa yang paling tinggi minatnya adalah perjalanan ke Tanah Suci untuk melakukan ibadah haji ataupun umrah.

Catatan sejak 1 Januari hingga 7 Mei menyebutkan jumlah jamaah umrah mencapai 24.896 orang. Rata-rata setiap hari sebanyak 195 jamaah umrah berangkat ke Arab Saudi. Data ini meningkat jika dibandingkan rekapitulasi per 30 April yang tercatat sebanyak 22.411 jamaah umrah. Jumlah jamaah umrah ini diprediksi semakin banyak selama bulan puasa, awal Idul Fitri, dan hari-hari besar keagamaan Islam lainnya, serta hari libur sekolah.² Permintaan jasa umrah pada tahun 2015 ada 800 sampai 1 juta warga Indonesia yang berniat melaksanakan umrah, angka ini naik dua kali lipat dari tahun lalu.³ Sedangkan untuk tahun 2016 per tanggal 3 Mei berdasarkan laporan *travel* umrah (PPIU) tercatat jumlah jamaah umrah sebanyak 36.324 orang.⁴ Hal ini merupakan fenomena pada zaman modern dengan berbagai kemudahan yang harus disyukuri. Biasanya tinggi rendahnya permintaan jasa umrah dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain seperti faktor harga dan pendapatan pembeli.

Fenomena umrah menunjukkan bahwa adanya peningkatan semangat keislaman dalam melaksanakan ibadah di kalangan umat Islam. Akan tetapi, masyarakat tetap harus cerdas, jeli dalam memilih dan menentukan biro umrah atau agen *travel* umrah. Jangan sampai tergoda hanya karena faktor harga umrah yang murah saja, tetapi harga yang ditawarkan harusnya perlu dilihat seperti apa fasilitas yang diberikan dan tentunya harus sesuai dengan besarnya pendapatan pembeli.

PT Amanah Mulia Wisata (AMWa Tours) adalah salah satu dari *travel* umrah yang beralamat di Jalan Taman Citarum No.3 Bandung berdiri sejak tahun 2000. Pada tahun 2015 – 2016 PT AMWa Tours menawarkan harga paket umrah dengan kisaran minimum sebesar 1.750 USD, dimana harga tersebut sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh Amphuri dan Kementerian Agama RI. Harga tersebut termasuk harga yang cukup terjangkau dengan baiknya fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh PT AMWa Tours. Pada tahun 2015 jumlah jamaah umrah di PT AMWa Tours sebanyak 877 orang, sedangkan pada tahun 2016 jumlah jamaah mengalami peningkatan yaitu sebanyak 1072 jamaah. Melihat permintaan jasa umrah yang mengalami peningkatan setiap tahunnya menjadikan hal yang menarik untuk diteliti faktor-faktor yang mempengaruhinya, sehingga dapat mempengaruhi peningkatan permintaan jasa umrah di PT AMWa Tours Bandung. Faktor yang diduga mempengaruhi adalah tingkat harga dan pendapatan pembeli, makatujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui fluktuasi permintaan jasa umrah, untuk mengetahui harga paket dan pendapatan pembeli, dan

¹https://id.wikipedia.org/wiki/Agama_di_Indonesia.

²Affan Rangkuti, Rata-Rata Jamaah Umrah Berangkat Perhari 195 Orang, <http://haji.kemenag.go.id/v2/content/rata-rata-jamaah-umrah-berangkat-perhari-195-orang>. Diakses tanggal 26 Mei 2016, pukul 20.30 wib.

³Biro Umroh dan Haji Makin Menjamur, <http://www.amphuri.org/berita.php?berita=56>. Diakses tanggal 26 Mei 2016, pukul 20.30 wib.

⁴<http://kantorusan haji.com/laporan-ppiu-kantor-urusan-haji/>. Diakses tanggal 26 Mei 2016, pukul 21.00 wib.

untuk mengetahui pengaruh harga paket dan pendapatan pembelian konsumen terhadap permintaan jasa umrah secara simultan dan parsial di PT AMWa Tours Bandung.

B. Landasan Teori

Harga

Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. “Kotler menyatakan bahwa yang harga adalah jumlah uang yang ditetapkan oleh produk untuk dibayar oleh konsumen atau pelanggan guna menutupi biaya produksi, distribusi dan penjualan pokok termasuk pengembalian yang menandai atas usaha dan risikonya.”⁵

Dalam fiqih Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *as-tsaman* dan *as-si'r*. *As-tsaman* adalah patokan harga suatu barang, sedangkan *as-si'r* adalah harga yang berlaku secara aktual di dalam pasar. Ulama fiqih membagi *as-si'r* menjadi dua macam. Pertama, harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Dalam hal ini, pedagang bebas menjual barang dengan harga yang wajar, dengan mempertimbangkan keuntungannya. Pemerintah, dalam harga yang berlaku secara alami, tidak boleh campur tangan, karena campur tangan pemerintah dalam kasus ini dapat membatasi kebebasan dan merugikan hak para pedagang ataupun produsen. Kedua, harga suatu komoditas yang ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan wajar bagi pedagang maupun produsen serta melihat keadaan ekonomi yang riil dan daya beli masyarakat. Penetapan harga dalam pemerintah ini disebut dengan *at-tas'ir al-jabbari*.⁶

Pendapatan

Dalam teori ekonomi Islam, pendapatan selain untuk konsumsi juga digunakan untuk zakat, infaq, dan shadaqah (Z). Persamaannya sebagai berikut:

$$(C + Z) = a + bY$$

Artinya, sebagian pendapatan selain digunakan untuk konsumsi, juga digunakan untuk zakat, infaq, dan shadaqah. Dalam ekonomi Islam kebutuhan yang mempunyai keterbatasan mempengaruhi akselerasi tingkat pendapatan terhadap tingkat konsumsi, demikian juga tingkat konsumsi mempengaruhi tingkat pendapatan.⁷

Islam tidak membatasi besar pendapatan yang harus dibelanjakan untuk kepentingan akhirat. Islam hanya memberikan dorongan untuk melakukan amal baik, misalnya: melakukan sedekah dan infak.

Permintaan

Menurut Ibnu Taimiyyah, permintaan suatu barang adalah hasrat terhadap sesuatu, yang digambarkan dengan istilah *raghbah fi al-syai'*. Diartikan juga sebagai jumlah barang yang diminta. Secara garis besar, permintaan dalam ekonomi Islam sama dengan ekonomi konvensional, namun ada prinsip-prinsip tertentu yang harus diperhatikan oleh individu muslim dalam keinginannya. Islam mengharuskan orang untuk mengkonsumsi barang yang halal dan *thayyib*. Selain itu, dalam ajaran islam, orang yang mempunyai uang banyak tidak serta merta diperbolehkan untuk

⁵Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Prehallindo, Jakarta, 2000, hlm. 107.

⁶Setiawan Budi Utomo, *Fiqih Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, Gema Insani, Jakarta, tt, hlm. 90.

⁷Heri Sudarno, *Op. Cit.*, hlm. 63.

membelanjakan uangnya untuk membeli apa saja dan dalam jumlah berapapun yang diinginkannya. Batasan anggaran (*budget constrain*) belum cukup dalam membatasi konsumsi. Batasan lain yang harus diperhatikan adalah bahwa seorang muslim tidak berlebihan (*israf*) dan harus mengutamakan kebaikan (*mashlahah*).⁸

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan, sebagai berikut:⁹

1. Harga barang yang bersangkutan
2. Pendapatan konsumen
3. Harga barang lain yang terkait
4. Selera konsumen
5. Ekspektasi (pengharapan)
6. *Mashlahah*

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengaruh masing-masing variabel independen (Harga dan Pendapatan Pembeli) dan variabel dependen (Permintaan Jasa Umrah) dapat dijelaskan sebagai berikut:

Harga paket umrah secara signifikan dan negatif berpengaruh terhadap permintaan jasa umrah di PT AMWa Tours. Hasil estimasi menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,013, yang berarti bahwa $0,013 < 1$ (Inelastisitas). Pada tabel 4.7 dapat dilihat bahwa jika harga paket umrah dinaikkan sebesar 1 satuan, maka permintaan jasa umrah akan mengalami penurunan sebesar 0,013. Inelastis terjadi karena konsumen menganggap bahwa jasa umrah yang ditawarkan oleh PT AMWa Tours merupakan sesuatu yang sangat penting. Sehingga berapapun harga dinaikkan, konsumen akan tetap membeli jasa umrah yang ditawarkan oleh PT AMWa Tours. Apabila harga diturunkan, konsumen tidak akan menambah konsumsinya atau berpergian umrah terus menerus. Karena dalam etika konsumsi Islam, seorang muslim dilarang untauj menghambur-hamburkan harta secara berlebihan (*israf*).

Permintaan inelastis terjadi dalam kondisi berikut ini:

1. Karena hanya ada sedikit produk jasa umroh pengganti atau *travel* umroh pesaing lainnya.
2. Karena pembeli kurang mempermasalahkan apabila terjadi kenaikan harga dari produk jasa umrah yang ditawarkan oleh PT AMWa Tours.

Berbeda dengan pendapatan pembeli yang tidak berpengaruh terhadap permintaan jasa umrah. Hal tersebut dapat dijelaskan, bahwa bila faktor tingkat pendapatan, jumlah penduduk, selera, dan estimasi barang, serta harga barang substitusi tetap, maka permintaan hanya ditentukan oleh harga. Hal demikian, besar kecilnya perubahan permintaan ditentukan oleh besar kecilnya perubahan harga.

Seseorang bisa saja melaksanakan umrah bukan dari hasil pendapatan berupa gaji atau upah yang diperoleh, melainkan dari hasil harta warisan atau hadiah yang diterima dari suatu lembaga atau individu. Selain itu, dapat dijelaskan bahwa umrah merupakan ibadah yang memiliki nilai *religious* yang tinggi, sehingga banyak diminati oleh konsumen yang beragama Islam. Tidak hanya dilihat dari nilai *religious* nya, konsumen pun menganggap bahwa umrah memiliki kandungan *mashlahah* apabila niatnya adalah untuk beribadah kepada Allah SWT. Semakin tinggi frekuensi kegiatan yang mengandung *mashlahah*, maka semakin besar pula berkah yang diterima oleh pelaku konsumsi. Bagi orang yang peduli akan adanya berkah, serta diiringi dengan niat, motivasi, dan keinginan yang kuat untuk melaksanakan umrah, walaupun orang

⁸Muhammad Farrid, "Teori Permintaan dalam Pandangan Islam", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 01, No. 02, November 2014, hlm. 105-115.

⁹Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII Yogyakarta, *Op. Cit.*, hlm. 312-314.

tersebut bukan termasuk orang yang mampu dalam segi *financial*. Oleh karena itu, orang tersebut akan berusaha untuk mencari jalan agar bisa melaksanakan ibadah umrah serta percaya bahwa tiada sesuatu yang terjadi di alam ini tanpa kehendak Allah SWT. Dengan demikian, selain faktor harga dan pendapatan, faktor yang menuntun seseorang ke jalan menuju Baitullah yakni, niat, motivasi dan keinginan yang kuat.

Pada tabel 3.7 (jumlah jamaah umrah tahun 2015) dan 3.8 (jumlah jamaah umrah tahun 2016) dapat dilihat bahwa terjadi fluktuasi pada jumlah jamaah umrah. Fluktuasi yang terjadi karena dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah harga.

Permintaan jasa umrah terendah pada tahun 2015 terjadi pada tanggal 14 April yaitu hanya terdapat 12 jamaah. Jika dilihat dari tabel 3.5 (harga paket umrah tahun 2015) pada tanggal 14 April harga yang ditawarkan cukup tinggi dibandingkan dengan tanggal-tanggal lainnya yaitu sebesar 2.165 USD. Hal tersebut karena paket yang ditawarkan adalah umrah *plus City Tour* Dubai 10 hari. Dapat disimpulkan bahwa kecilnya jumlah permintaan jasa umrah pada tanggal 14 April disebabkan oleh tingginya harga yang ditawarkan. Sedangkan permintaan jasa umrah tertinggi pada tahun 2015 yaitu terjadi pada tanggal 23 Desember yaitu sebanyak 98 jamaah. Harga yang ditawarkan pada tanggal 23 Desember yaitu 1.750 USD. Harga tersebut merupakan harga paling murah yang ditawarkan oleh PT AMWa Tours pada tahun 2015. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga merupakan faktor yang mempengaruhi tingginya jumlah permintaan jasa umrah pada tanggal tersebut.

Permintaan jasa umrah terendah pada tahun 2016 terjadi pada tanggal 14 April, padahal di bulan April merupakan waktu terbaik untuk melaksanakan umrah karena cuaca lebih sejuk dan bersahabat. Hal tersebut karena pada bulan April hanya ada satu tanggal yang menawarkan paket umrah 12 hari. Namun, harga yang ditawarkan cukup mahal yaitu 2.125 USD. Dapat disimpulkan bahwa rendahnya permintaan jasa umrah pada tanggal 14 April disebabkan oleh faktor harga. Sedangkan permintaan jasa umrah tertinggi terjadi pada tanggal 8 Februari yaitu sebanyak 79 jamaah. Jika dilihat dari harga yang ditawarkan pada bulan tersebut cukup terjangkau yaitu 1.750 USD. Dapat disimpulkan bahwa tingginya permintaan dipengaruhi oleh faktor harga.

D. Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan oleh penulis pada skripsi ini, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Fluktuasi permintaan jasa umrah pada tahun 2015 - 2016 di PT AMWa Tours terjadi setiap bulannya. Permintaan jasa umrah tertinggi yaitu pada tanggal 23 Desember sebanyak 98 jamaah, sedangkan permintaan terendah yaitu pada tanggal 14 April sebanyak 12 jamaah. Pada tahun 2016, permintaan jasa umrah tertinggi yaitu pada tanggal 8 Februari sebanyak 79 jamaah, sedangkan permintaan terendah yaitu pada tanggal 20 April sebanyak 14 jamaah.
2. Harga paket dan pendapatan pembeli pada tahun 2015 - 2016 di PT AMWa Tours, sebagai berikut:
 - a. Harga paket umrah pada tahun 2015-2016 berkisar antara 1.750 – 3.525 USD. Harga paket umrah tertinggi pada tahun 2015 yaitu pada tanggal 04 Mei sebesar 3.400 USD, sedangkan harga paket terendah yaitu pada tanggal 23 Desember sebesar Rp 1.750 USD. Pada tahun 2016 harga paket umrah tertinggi yaitu pada tanggal 22 April sebesar 3.525 USD, sedangkan harga paket umrah terendah yaitu sebesar 1.750 USD.
 - b. Pendapatan pembeli pada tahun 2015 – 2016 berkisar antara Rp 3.250.000 – Rp 7.500.000. Pendapatan tersebut berupa gaji tetap yang diterima setiap

bulannya. Dari kisaran pendapatan tersebut menunjukkan bahwa dengan pendapatan Rp 3.250.000, seseorang bisa membeli jasa umrah di PT AMWa Tours.

3. Pengaruh harga paket dan pendapatan pembeli terhadap permintaan jasa umrah secara simultan dan parsial di PT AMWa Tours:
 - a. Secara simultan, dengan menggunakan $\alpha = 5\%$, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.014 yang menunjukkan bahwa $Sig. < \alpha$. Artinya terdapat pengaruh antara variabel harga paket umrah dan pendapatan pembeli terhadap Permintaan Jasa Umrah di PT AMWa Tours Bandung.
 - b. Secara parsial, pengaruh antara variabel harga paket umrah terhadap permintaan jasa umrah: Dengan menggunakan $\alpha = 5\%$, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.007 yang menunjukkan bahwa $Sig. < \alpha$. Artinya terdapat pengaruh antara variabel harga paket umrah terhadap permintaan jasa umrah di PT AMWa Tours Bandung.
 - c. Secara parsial, pengaruh antara variabel pendapatan terhadap permintaan jasa umrah: Dengan menggunakan $\alpha = 5\%$, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.472 yang menunjukkan bahwa $Sig. > \alpha$. Artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel pendapatan pembelian terhadap permintaan jasa umrah di PT AMWa Tours Bandung.

Daftar Pustaka

Al Qur'an

Al-Qur'an dan Terjemahnya, Departemen Agama Republik Indonesia, Jakarta, 2003.

Buku

Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, EKONISIA, Yogyakarta, 2004.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Prehallindo, Jakarta, 2000.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII Yogyakarta, *Ekonomi Islami*, Universitas Islam Yogyakarta, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2008.

Setiawan Budi Utomo, *Fiqih Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, Gema Insani, Jakarta, tt.

Jurnal Ilmiah

Muhammad Farrid, "Teori Permintaan dalam Pandangan Islam", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 01, No. 02, November 2014.

Website

Affan Rangkuti, Rata-Rata Jemaah Umrah Berangkat Perhari 195 Orang, <http://haji.kemenag.go.id/v2/content/rata-rata-jemaah-umrah-berangkat-perhari-195-orang>. Diakses tanggal 26 Mei 2016, pukul 20.30 wib.

Biro Umroh dan Haji Makin Menjamur, <http://www.amphuri.org/berita.php?berita=56>. Diakses tanggal 26 Mei 2016, pukul 20.30 wib.

https://id.wikipedia.org/wiki/Agama_di_Indonesia.

<http://kantorusanhaji.com/laporan-ppiu-kantor-urusan-haji/>. Diakses tanggal 26 Mei 2016, pukul 21.00 wib.