

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu pemilihan strategi yang tepat bagi perusahaan dapat dilakukan dengan terlebih dahulu menganalisa kondisi perusahaan baik dari sisi internal maupun eksternal. Manajer dapat menentukan apakah yang menjadi kekuatan dari perusahaan tersebut dan bagaimana posisinya dibandingkan dengan perusahaan lain, apakah termasuk baik atau sebaliknya. Salah satu bentuk analisa yang dapat dilakukan manajer adalah analisis porter¹

Analisis porter adalah sebuah model analisis 5 kekuatan industri suatu perusahaan untuk menentukan intensitas persaingan dalam suatu industri. Analisis 5 kekuatan ini adalah kunci yang dapat membantu perusahaan dalam memperoleh keunggulan kompetitif yang terletak pada profitabilitas (daya tarik industri), tentang bagaimana trend memengaruhi tingkat kompetisi serta mengetahui posisi relatif perusahaan dalam industri.

Five forces analysis adalah alat strategis yang dirancang untuk memberikan gambaran global, bukan tentang teknis analisis bisnis yang rinci. Analisis ini mengharuskan manajemen strategi untuk meninjau dan

¹ Muhammad Munir Dan Wahyu Iiahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), Hal. 36.

memilih industri yang berpotensi sangat menguntungkan dengan menganalisis 5 faktor, yaitu pemasok (*suppliers*), pembeli (*buyers*), pesaing saat ini (*competitors*), produk substitusi (*substitute products*) dan potensi pendatang baru (*new entrants*).

Dengan memanfaatkan analisis model lima kekuatan sebagai dasar, manajer dapat memahami tindakan yang diperlukan, seperti mengevaluasi proses, teknik, dan memberikan inovasi yang dapat menciptakan keunggulan untuk Perusahaannya. Dengan menggunakan proses ini, suatu organisasi memiliki panduan untuk menambil langkah yang diperlukan untuk mencapai strategi yang cukup komprehensif untuk menciptakan keunggulan kompetitif²

Usaha Lembaga PT Al-Badriyah Wisata Bengkulu yang dibuka mempunyai kelebihan tersendiri, di antaranya yang bisa disebutkan adalah biaya yang dikeluarkan relatif lebih murah dibandingkan dengan travel lainnya. Strategi yang dilakukan adalah dengan cara mempromosikan usaha PT AL-Badriyah dan mereka juga mensosialisasikan travelnya kepada para jama'ah. Banyaknya persaingan usaha dari agent travel umroh dan haji tentu membuat masing-masing travel mengurus otak dan keuangan agar

² Muhammad Sholikhin, *Keajaiban Haji Dan Umroh* (Jakarta: Erlanga, 2013), Hal. 2.

bagaimana caranya bisa mendapatkan calon jama'ah untuk diberangkatkan.³

Tapi kekhawatirannya apakah manajemen pelayanan, transparansi, kejujuran dan juga informasi yang jelas telah diberikan kepada calon jama'ah haji, agar tidak terjadinya kesalahan yang dapat mengecewakan calon jama'ah. Berbagai ragam pelayanan yang sering kali menjadikan masyarakat yang pada mulanya dengan ikhlas dan berusaha untuk bisa berangkat haji dengan sesegara mungkin, dikarenakan terlalu lamanya jangka waktu tunggu untuk pendaftaran dan kuota haji. Sebagian kalangan masyarakat, mencari jalan keluar untuk tetap berangkat haji dengan cara melakukan perjalanan ibadah umroh.

Banyaknya travel biro-biro perjalanan haji dan umrah yang ikut serta mengurus pelaksanaan ibadah haji dan umrah, menimbulkan persaingan antara satu dengan lainnya, sehingga membuat para jama'ah bingung mencari lembaga mana yang baik dalam memberikan pelayanan di segala bidang sehingga pelaksanaan ibadah haji dan umrah bisa menuai hasil yang memuaskan. Pemberian pelayanan atau jasa yang baik pada jama'ah akan memberikan kepuasan para jamaahnya yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas jama'ah pada pengelola (travel) yang bersangkutan. Bila pelayanan atas jasa yang diterima sesuai

³ Departemen Agama Direktorat Jenderal, *Pedoman Pembinaan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji*, (Jakarta: Departemen Agama RI, 2003).

dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan atau jasa dipersepsikan dengan baik dan memuaskan, sebaliknya bila pelayanan atau jasa yang di terima lebih rendah dari yang di harapkan, maka kualitas di persepsikan buruk. Ciri pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada jama'ah adalah memiliki karyawan yang profesional, tersedia sarana dan prasarana yang baik, tersedia semua produk yang diinginkan, bertanggung jawab kepada setiap jama'ah dari awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi secara jelas, memiliki pengetahuan umum lainnya, mampu memberikan kepercayaan kepada jama'ah.⁴

Biro perjalanan wisata PT AL-Badriyah Wisata Bengkulu merupakan salah satu biro perjalanan haji dan umrah khusus yang berusaha memberikan pelayanan terbaik dalam melaksanakan perjalanan ibadah haji dan umrah serta mampu melancarkan pelaksanaan ibadah haji dan umrah di Indonesia.

Sekelumit dan banyaknya masalah yang berkaitan dengan pelaksanaan travel umrah dan haji di tanah air. Di satu sisi permintaan dari masyarakat agar ongkos travel murah, di satu sisi pihak travel juga memneningkan keuntungan pribadinya, sehingga pada akhirnya bagi travel-travel umrah yang nakal akan dengan mudah mengelabui

⁴ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005).

calon pemakai jasa dari travel yang hanya mengejar keuntungan semata, ongkos yang ada mulanya telah diperhitungkan oleh pihak travel ternyata ada tambahan biaya yang tak terukur dari fakta biaya yang harus dikeluarkan ketika pelaksanaan ibadah. Pihak hotel yang tiba-tiba menaikkan tarif hotel, biaya hal-hal pendukung yang tidak bisa dikontrol terus menerus yang membuat pihak travel akan kehilangan modal.⁵

Berdasarkan fakta di atas maka semakin banyak yang membuka travel haji dan umrah, hal ini bisa dilihat dari semakin banyak perusahaan travel haji dan umrah di berbagai daerah, baik di kota besar maupun di daerah terpencil sekalipun, hal ini membuat perusahaan tersebut saling berlomba-lomba untuk mendapatkan jama'ah tentunya dengan melakukan marketing yang semakin dimodifikasi, di mana setiap perusahaan memiliki target tertentu untuk kemajuan usahanya.

Travel PT AL-Badriyah Wisata Bengkulu juga melakukan inovasi dalam rangka memasarkan program haji umrah melalui kegiatan sosialisasi dengan masyarakat memeluk kegiatan dakwah yang dilakukan oleh bidang lembaga yang terdiri dari kepala lembaga beserta rombongan lainnya, untuk memasarkan produknya haji umrah ikut serta pembagian brosur supaya masyarakat

⁵ Ahmad Abdul Majidi, *Seluk Beluk Ibadah Haji Dan Umrah* (Jakarta: Renika Cipta, 2013), Hal 33.

sekitar tau.⁶ Untuk melaksanakan kegiatan sosialisasi dalam memasarkan produk tidak mudah hanya karena bagikan brosur itu belum bisa menarik perhatian masyarakat dalam mengikuti kegiatan, agar masyarakat tertarik dalam mengikuti dengan cara melaksanakan kegiatan sosialisasi bersama atau pertemuan, dengan hal itu masyarakat ikut serta dengan kegitannya, sebelumnya dengan itu supaya mengajak masyarakat mengikuti kegiatan program sosialisasi haji agar masyarakat ikut semua, dengan memberikan uang saku atau sembako yang seadanya,tapi susah kalo mau memberikan dana untuk masyarakat karena kurangnya biaya ,itupun supaya masyarakat mengikuti kegiatan sosialisasi tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Bagaimana analisis strategi porter five forces meningkatkan pelayanan di PT AL-Badriyah Wisata Bengkulu?
2. Apa saja faktor yang pendukung strategi pemasaran di PT AL-Badriyah Wisata Bengkulu?

⁶ fahmi Afrizal And Trena Aktiva Oktariyanda, "Manajemen Strategi Desa Wisata Gronjong Wariti Dalam Meningkatkan Perekonomian Desa Mejono Kabupaten Kediri," *Publika*, 2021, 171–84, <https://doi.org/10.26740/publika.v9n2.p171-184>.

3. Apa kendala penerapan strategi five forces pada PT AL-Badriyah Wisata Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas , maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui analisis strategi porter five forces meningkatkan pelayanan di PT Al-Badriyah Wisata Bengkulu.
2. Mengetahui faktor pendukung strategi pemasaran di PT AL-Badriyah Wisata Bengkulu.
3. Mengetahui kendala penerapan strategi five forces pada PT Al-Badriyah Wisata Bengkulu.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Sebagai bahan masukan bagi PT AL-Badriyah Wisata Bengkulu agar selalu semangat dalam menjalani dan mengajak umat islam dalam berumroh⁷.
 - b. Menambah wawasan dan pengetahuan ilmiah dan diharapkan akan menjadi bahan sajian dan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait, tambahan referensi dan kontribusi dalam bidang ilmu manajemen strategi.

⁷ Apriansyah, *Manajemen Strategi Sosialisasi Jamaah Umroh (Studi Aet Trevel Indonesia Pt. Penjuru Wisata Negeri) Area V Kota Bengkulu* (Bengkulu: Iain Bengkulu, 2021).

2. Kegunaan Praktis

- a. Sebagai bahan masukan bagi kita semua dalam upaya meningkatkan komunikasi yang lebih baik dan efektif untuk sekarang dan masa akan datang.
- b. Sebagai bahan masukan dalam penelitian yang lebih lanjut dimasa yang akan datang.

E. Penelitian Terdahulu

1. Foris & Mustamu (2015)

Penelitian yang berjudul “Analisis Strategi pada Perusahaan Plastik dengan Porter Five Force” dilakukan di PT Srikandi Plastik. Penelitian ini menggunakan model lima kekuatan bersaing porter untuk menganalisis permasalahan yang ada dalam hal keunggulan bersaing. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa melakukan diferensiasi produk, menetapkan harga yang lebih murah dari pesaing serta memperbaiki sistem pengiriman dan pembayaran merupakan beberapa alternatif strategi yang dapat dikembangkan PT Srikandi Plastik guna mencapai keunggulan bersaing.

2. Candra (2013)

Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana persaingan dalam satu industri menggunakan analisis lima kekuatan Porter. Penelitian ini berjudul “Aplikasi Model Lima Kekuatan Porter pada Restoran Drupadi”. Hasil dari

penelitian ini menyatakan bahwa melalui analisis lima kekuatan Porter terlihat bahwa kekuatan tawar menawar dari konsumen berada dalam posisi yang kuat. Kepuasan konsumen dapat diperoleh dengan memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik. Layanan internet 24 jam sebagai akses menuju pasar global.

3. Endi Fitri Herlianto (2010)

Penelitian ini dilakukan oleh Endi Fitri Herlianto (2010) dengan berjudul “Analisis Strategi Bersaing Telkom dalam Industri Internet”. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa dari lingkungan yang baik internal maupun eksternal perusahaan memiliki keunggulan yang lebih baik, salah satunya berupa yang sudah tersebar luas namun terlihat masih minimnya kualitas pelayanan yang dimiliki.

4. Huda Choirul Anam (2012)

Penelitian ini merupakan penelitian analisis deskriptif (SWOT) dengan judul “Analisis Pendekatan Strategi Keunggulan Bersaing pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Divisi Consumer Services Area Kediri. Perbedaan pada penelitian kali ini adalah peneliti ingin mengetahui bagaimana perusahaan seperti PT Telkom akan bisa menghadapi persaingan yang makin ketat dengan menggunakan strategi yang saat ini

diterapkan. Penelitian kali ini juga memiliki perbedaan dari sisi metode analisis, dimana peneliti ingin mendapatkan hasil yang maksimal dari penelitian yang bersifat kualitatif tersebut.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Menurut Abdurrahmat Fadholi penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif sebagai terjadi di lokasi tersebut, yang dilakukan juga untuk penyusunan laporan ilmiah.⁸

Jadi dalam pengambilan data penelitian ini, di ambil langsung di lapangan atau di lokasi penelitian yaitu PT Al-Badriyah Wisata Bengkulu, dengan menggunakan teknik-teknik pengumpulan data yang dipakai.⁹

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Adapun istilah deskriptif berasal dari istilah bahasa Inggris *to describe* yang berarti memaparkan atau menggambarkan suatu hal,

⁸ Sukardi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009).

⁹ Peter Dan Olson, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. D.Sihombing (Penerjemah) *Consumer Behavior* (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2006).

misalnya keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, kegiatan dan lain-lain.

Salah satu karakteristik penelitian kualitatif menurut Suharsimi Arikunto, mempunyai sifat induktif yaitu pengembangan konsep yang didasarkan atas data yang ada, mengikuti desain penelitian yang fleksibel sesuai dengan konteksnya. Desain dimaksud tidak kaku sifatnya sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk menyesuaikan diri dengan konteks yang ada di lapangan. Jadi data yang diperoleh dari lapangan melalui observasi dan wawancara kepada pembimbing dari PT Al-Badriyah Wisata Bengkulu, kemudian di analisis melalui pendekatan Deskriptif kualitatif.

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Pada bulan 25 September s/d 25 Oktober tahun 2023, penelitian ini dilakukan di PT AL-Badriyah Wisata Bengkulu. Pengambilan lokasi ini, karena berdasarkan pengamatan penulis PT Al-Badriyah Wisata Bengkulu.

3. Informan Penelitian

Informan penelitian ini adalah responden penelitian dan berfungsi untuk menjaring sebanyak-banyaknya data dan informasi yang akan bermanfaat bagi bahan analisis. Hal ini berguna bagi pembentukan konsep dan proposisi sebagai temuan penelitian.

Dalam *designing funded qualitative research* Menyamakan informan dengan partisipan penelitian, yaitu subjek penelitian yang mana dari mereka data penelitian dapat diperoleh.

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh¹⁰. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan¹¹.

Sedangkan secara lebih rinci, sumber data dalam penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder yaitu:

a. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari masyarakat baik yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan alat lainnya merupakan data primer. Jadi yang dimaksud dengan data primer adalah data yang

¹⁰ Olifia Tala and Herman Karamoy, "Analisis Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia," *Accountability* 6, no. 1 (2017): 57, <https://doi.org/10.32400/ja.16027.6.1.2017.57-64>.

¹¹ Heni Sulistiani, Setiawansyah Setiawansyah, and Dedi Darwis, "Penerapan Metode Agile Untuk Pengembangan Online Analytical Processing (OLAP) Pada Data Penjualan (Studi Kasus: CV Adilia Lestari)," *Jurnal CoreIT: Jurnal Hasil Penelitian Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi* 6, no. 1 (2020): 50, <https://doi.org/10.24014/coreit.v6i1.9307>.

diperoleh secara langsung di lapangan melalui berbagai macam teknik pengumpulan data.

Data primer dalam penelitian ini adalah data tentang Analisis Strategi Pelayanan di PT Al-Badriyah Wisata Bengkulu, yang diperoleh melalui wawancara kepada ketua dan pengurus dalam bidang tersebut dan menggunakan teknik observasi terhadap proses penyelenggaraan ibadah haji tersebut.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan disebut sebagai data sekunder. Data ini biasanya digunakan untuk melengkapi data primer, mengingat bahwa data primer dapat dikatakan sebagai data praktek di lapangan atau ada di lapangan karena penerapan suatu teori.

Data sekunder yaitu sumber data tertulis yang merupakan sumber data yang tidak bisa diabaikan, karena melalui sumber data tertulis akan diperoleh data yang dapat dipertanggung jawabkan faliditasnya

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk teknik pengumpulan data adalah yaitu: Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Orang yang melakukan observasi disebut pengobservasi (observer) dan pihak yang diobservasi disebut terobservasi (observee)¹².

b. Wawancara

Wawancara, yaitu suatu kegiatan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden. Wawancara bermakna berhadapan langsung antara interviewer (s) dengan responden, dan kegiatannya dilakukan secara lisan.

Dalam penelitian ini, wawancara ditujukan kepada ketua dan pengurus yang melaksanakan proses bimbingan ibadah haji. Wawancara dilakukan dalam bentuk wawancara mendalam atau menggunakan pedoman wawancara semi structured yang bertujuan untuk menggali dan mendukung data dalam ruang lingkup.

¹² Seng Hansen, "Investigasi Teknik Wawancara Dalam Penelitian Kualitatif Manajemen Konstruksi," *Jurnal Teknik Sipil* 27, no. 3 (2020): 283, <https://doi.org/10.5614/jts.2020.27.3.10>.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ialah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden, seperti yang dilakukan oleh seorang psikolog dalam meneliti perkembangan seorang klien melalui catatan pribadinya¹³. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya .

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian merupakan bagian dalam proses penelitian yang sangat penting, karena dengan analisa inilah data yang ada akan nampak manfaatnya terutama dalam memecahkan masalah penelitian dan mencapai tujuan akhir penelitian.

Adapun lebih jelasnya lagi, data kualitatif dalam hal ini dilakukan terhadap data yang berupa informasi, uraian dalam bentuk bahasa prosa kemudian dikaitkan dengan data lainnya untuk mendapatkan kejelasan terhadap suatu kebenaran atau sebaliknya, sehingga

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), Hal. 124.

memperoleh gambaran baru ataupun menguatkan suatu gambaran yang sudah ada sebaliknya¹⁴.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini di tuliskan agar tidak keluar dari ruang lingkup dan pengaruh inti persoalan, maka pembahasan ini di bagi ke dalam beberapa BAB yang terdiri dari beberapa sub antara lain :

Bab 1 : merupakan bab pendahuluan, Berisi tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah Penelitian, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Penelitian Terdahulu, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

Bab II : merupakan bab kajian teori, Berisi tentang Strategi Bersaing, (Pengertian Strategi Bersaing, Konsep Dasar Strategi, Karakteristik Strategi Bersaing, Jenis-Jenis Strategi, Tingkatan Strategi Perusahaan, Prinsip Mewujudkan Strategi, Faktor-Faktor Kegagalan Strategi) *Porter Five Forces*, Pelayanan¹⁵.

Bab III : Merupakan gambaran umum objek penelitian yang terdiri dari sejarah lembaga PT Al-Badriyah Wisata Bengkulu, Visi dan Misi Kantor PT Al-Badriyah Wisata Bengkulu, dan Struktur Organisasi Lembaga PT Al-Badriyah Wisata Bengkulu.

¹⁴ Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2008), Hal. 124.

¹⁵ Ibid, Hl.26

Bab IV : Merupakan terdiri dari hasil penelitian berupa wawancara dengan narasumber, hasil observasi dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V : Merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

