BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tema ekonomi tidak lepas dari kegiatan bisnis dan usaha. Pertumbuhan ekonomi yang semakin cepat membuat sebagian masyarakat membuka berbagai bisnis atau usaha untuk menunjang kehidupannya. Bisnis bukan sekedar membuka dan menjalankan, melainkan perlu banyak strategi yang harus dilakukan agar usaha yang kita bangun bisa bertahan dan berkembang sesuai dengan apa yang kita inginkan.

Setiap perusahaan akan menghadapi banyak persaing. Konsep pemasaran menyatakan bahwa untuk meraih kesuksesan, perusahaan harus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dari apa yang dilakukan oleh pesaingnya. Untuk memenangkan persaingan, kita harus memahami siapa pesaing kita sebelumnya dengan cara menganalisis kekuatan dan kelemahannya.

Kekuatan pasar yang berada di tangan pembeli, memberikan kebebasan kepada pembeli atau konsumen untuk menentukan pilihan produk atau jasa yang diinginkan serta membandingkan dengan faktor-faktor yang berhubungan dengan jenis atau ragam produk atau jasa yang ditawarkan, kualitas, harga, dan lain sebagainya. Keadaan seperti ini membuat perusahaan harus mengetahui apa yang sebenarnya diinginkan konsumen, bahkan perusahaan harus bersikap tanggap dan fleksibel untuk menyesuaikan diri dengan kondisi yang ada.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan asumsi bahwa orang yang akan memimpin pemasaran perusahaan pesaing tidak berubah, maka jika perusahaan melakukan analisis mengenai strategi-strategi pemasaran pesaing yang digunakan pada saat ini dan di masa lalu, maka perusahaan bisa mendapatkan gambaran mengenai kemungkinan strategi pemasaran yang akan digunakan di masa depan. Analisis strategi pesaing di masa sekarang dapat perusahaan lakukan berdasarkan pola pikir bahwa kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pesaing adalah dalam rangka melaksanakan program dan strategi pemasaran yang telah direncanakan dalam rencana tahunan pesaing, maka strategi pemasaran pesaing dapat diamati dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pesaing tersebut.

Munculnya berbagai variasi merek dan jenis produk menunjukkan bahwa pelaku bisnis tidak bisa berdiam diri dalam melakukan bisnisnya. Mereka harus berfikir untuk mengalahkan atau bertahan dari para pesaing. Hanya perusahaan kuat yang mampu bertahan bahkan berkembang dalam menghadapi persaingan.

Banyaknya persaingan yang terjadi menjadikan seorang pemimpin harus inovatif dalam membuat produk atau jasa yang akan dipasarkannya. Sehingga kita dapat bersaing dengan *competitor* lainnya. Dengan memodifikasi atau menerapkan strategi bersaing yang tepat akan menghasilkan suatu keunggulan bersaing yang selalu diharapkan oleh setiap perusahaan. Salah satunya melalui strategi diferensiasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perusahaan melakukan diferensiasi dengan tujuan untuk memperoleh keunikan dibandingkan dengan para pesaingnya dan dinilai penting oleh pembelinya. Diferensiasi memungkinkan perusahaan dapat menawarkan produknya dengan harga premium karena nilai tambah yang diminati pembeli.

Perusahaan juga akan menggunakan diferensiasi bila ingin bersaing dengan pesaingnya dalam hal keunikan produk dan jasa yang ditawarkan. Keunikan tersebut dapat dilihat dari ciri produk atau jasa yang menawarkan nilai yang dicari konsumen sehingga produk atau jasa tersebut unik dan berbeda di mata konsumen. Salah satu contoh diferensiasi yaitu diferensiasi pelayanan. Diferensiasi ini meliputi : kemudahan pemesanan, pemasangan, pelatihan pelanggan, konsultasi pelanggan dan pemeliharaan perbaikan.

Ketika sebuah perusahaan produk sangat sulit untuk mendiferensiasikan produknya, maka perusahaan perlu mendeferensikan pelayanan serta meningkatkan kualitasnya. Kreativitas yang tinggi dapat menyeimbangkan unsur – unsur yang ada pada perusahaan, misal : marketing mix, yakni product, place, price, promotion, people, packaging, programming patnership sehingga kualitas jasa yang dirasakan oleh konsumen dapat melebihi harapan dari perusahaan.

Perusahaan harus memberikan sebuah pelayanan yang unggul, tanpa adanya itu, perusahaan hanya akan menghasilkan sebuah pelayanan yang biasa saja, tidak istimewa dan pastinya tidak akan dilirik oleh pelanggan. Karena sebuah layanan adalah sebuah ujung tombak yang membuat suatu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

industri dapat bertahan dalam dunia persaingan yang ketat. Penilaian baik dan buruknya suatu perusahaan akan dinilai dari seberapa baik dan buruknya pelayanan yang diterima konsumen. Contohnya : Perusahaan A menjual produk yang sangat berkualitas dan sering kali diburu oleh konsumen karena harga yang terjangkau dan bahan yang berkualitas, tapi pegawai yang bekerja di perusahaan A sangat tidak ramah dan kurang tanggap dalam melayani konsumen, sehingga antrian semakin banyak, sedang dilain pihak perusahaan B yang menjual produk yang sama, tapi harga yang di tawarkan lebih mahal dari perusahaan A, namun mereka memiliki sistem pelayanan yang sangat baik, semua pegawai ramah dan cekatan. Bagaimana ketika kita melihat perbandingan kedua dari perusahaan tersebut, maka perusahaan A lambat laun akan ditinggalkan oleh pelanggannya karena sistem pelayananya yang kurang baik. Sedangkan perusahaan B akan diserbu oleh konsumen meski harga sedikit mahal tapi memiliki pelayanan yang baik. Ketika konsumen merasakan kepuasan dalam pelayanan yang diberikan maka dia akan kembali lagi dengan membawa konsumen lain untuk menggunakan jasa atau produk yang telah digunakannya.

Maka Qiswah Tour mendiferensiasikan Pelayanan dengan program-progam yang dapat menunjang ibadah umrah dan haji sehingga para konsumen merasa mendapatkan pelayanan yang terbaik dari Qiswah Tour. Qiswah Tour adalah sebuah kantor jasa yang menawarkan program Biro umroh, haji dan tour. Berawal dari keprihatinan atas tingginya tingkat animo

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat untuk ber-umrah yang tidak berbanding lurus dengan peningkatan kualitas ummat dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, lahirlah gagasan mendirikan biro perjalanan ibadah umroh yang paket-paketnya dirancang khusus untuk membangun kualitas dan kemaslahatan jamaah dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.[1]

Salah satu dari model diferensiasi pelayanan yang dilakukan Qiswa yaitu dengan Manasik dan PTSB (Pendalaman Terapi Sholat Bahagia). PTSB tersebut dilakukan sebelum pemberangkatan umrah dan haji yaitu saat pelatihan manasik haji. Pembimbing dari PTSB sendiri adalah Prof. Dr. Moh.Ali Aziz, M.Ag sebagai Imam shalat Taraweh di Afrika, Asia dan Eropa. Proses PTSB diawali dengan tata cara berwudhu dengan mengingat Allah SWT di setiap membasuh organ yang akan disucikan. Selanjutnya dengan memahami arti do'a dalam gerakan sholat yang kita lakukan.

Kunci dari terapi sholat bahagia yaitu "SUBHAN TURUT HADIR di MASJID untuk AKSI SOSIAL."[2] Yang memiliki arti :

a. SUBHAN adalah inti surat Al fatihah, yang berarti Syukur, Bimbingan dan Ketahanan iman
b. TURUT adalah inti dari rukuk, yang berarti Tunduk kepada kemauan Allah dan semua perintah-Nya
c. HADIR adalah inti dari I'tidal, yang berarti Hak pujian hanya bagi Allah dan semua yang kita alami terjadi atas takdirnya.

---

[1] Qiswa Tour,*Profil Qiswa Tour* , diakses tanggal 05 April 2016,http://Qiswa.com/halaman/detail/29
[2] Moh. Ali Aziz,2015, *60 Menit Terapi Shalat Bahagia*,(Surabaya : PT. Duta Aksara Mulia) hal 216

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. MASJID adalah inti do'a sujud, yang berarti Maaf Allah untuk kita dan keluarga, sinar Allah untuk semua panca indra serta jiwa dan raga diserahkan sepenuhnya kepada Allah.

e. AKSI adalah inti do'a k antara dua sujud, yang berarti Ampunan, kasih sejahtera dan iman

f. SOSIAL adalah inti do'a tasyahud, yang berarti Sholawat, persaksian dan tawakal.[3]

Dalam penelitian tersebut peneliti mengambil salah satu kantor Qiswah tour yang berada di Jalan Ahmad Yani No.153 Surabaya Telp. 081331350191. Tempat yang sangat strategis dan mudah dijangkau oleh berbagai angkutan kota. karena berada di samping jalan raya arah perbatasan Surabaya-Sidoarjo.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan peneliti diatas, peneliti membatasi permasalahan kedalam perumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana Strategi Qiswah Tour dalam Meningkatkan keunggulan bersaing biro travel haji dan umroh melalui diferensiasi pelayanan PTSB?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut :

[3] Moh. Ali Aziz,2015, *60 Menit Terapi Shalat Bahagia*,(Surabaya : PT. Duta Aksara Mulia) hal 216-221

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh Qiswah Tour dalam meningkatkan keunggulan bersaing haji dan umroh melalui diferensiasi pelayanan PTSB.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

   Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut bagi para peneliti lain maupun masyarakat umum serta diharapakan dapat memberikan manfaat guna menambah pengetahuan yang berkaitan dengan studi diferensiasi

2. Manfaat praktis

   1) Sebagai masukan dan saran evaluasi Qiswah Tour sehingga mampu mengetahui faktor-faktor manakah yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing di perusahaan.

   2) Sebagai kajian bagi para peneliti yang dapat mengambil poin-poin pembelajaran dari penelitian ini dan diharapakan wacana tentang diferensiasi ini berkembang kearah yang lebih baik

E. Definisi konsep

1. Strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.[4]

[4] Napa J Awat,1989, *Manajemen Suatu Strategi Pendekatan sistem*. (Liberty : Yogyakarta) hal 23

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Keunggulan bersaing adalah suatu posisi dimana sebuah perusahaan meguasai sebuah ajang persaingan bisnis sehingga perusahaan tersebut dapat merebut atau mempertahankan posisinya sebagai pimpinan pasar.[5]
3. Diferensiasi Pelayanan adalah suatu keadaan dimana perusahaan dapat memberikan perbedaan yang lebih unik dari pesaing dengan melalui pelayanan yang berbeda dengan perusahaan lainnya.[6] Pelayanan ini berbentuk seperti : Manasik Umrah plus PTSB.

F. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini akan dirancang menjadi lima bab. Di bab pertama, pembahasan ditekankan pada fokus penelitian, yaitu strategi meningkatkan keunggulan bersaing. Dari fokus ini, terumuskan masalah penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian. Agar memperoleh pemahaman fokus penelitian dengan benar, maka alasan munculnya serta konseptualisasi dikemukakan dalam bab pertama. Demikian pula, orijinalitas fokus penelitian yang dibahas dalam studi kepustakaan.

Dalam bab kedua dibahas tentang teori yang menjadi pondasi dari latar belakang di atas yaitu teori strategi yang kemudian digabungkan dengan teori meningkatkan keunggulan bersaing, teori diferensiasi pelayanan dan teori PTSB (pendalaman Terapi sholat bahagia)

Dalam bab ketiga, peneliti membahas metode penelitian, jenis data penelitian ini menjadi patokan awal dalam menentukan pendekatan dan

[5] Wibowo kuntjoroadi,2009,Analisis Strategi bersaing dalam persaingan usaha penerbangan komrsial (jurnal ilmu administrasi dan organisasi) Januari,Vol 16 no.1 hal 46
[6] Wina asty, 2015, *Strategi Diferensiasi untuk menciptakan keunggulan bersaing di savali hotel padang. (jurnal social dan humaniora)* Juli,Vol 5 no.2 hal 155

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terakhir jenis penelitian. Kemudian dilanjutkan dengan teknik pengumpulan data dan teknik analisa data yang sudah didapatkan.

Dalam bab keempat, pembahasan tentang data di lapangan digambarkan dan dijelaskan apa adanya hingga memperoleh hal-hal di balik fenomena. Agar data memiliki makna, perlu konfirmasi dengan teori. Hasil konfirmasi ini berupa analisa dan temuan penelitian yang dibahas dalam bab keempat.

Temuan data merupakan jawaban atas rumusan masalah yang dibahas secara singkat dalam bab keempat. Karena hanya ada satu rumusan masalah, maka kesimpulannya juga satu. Berdasarkan kesimpulan ini, saran-saran diajukan dengan dua sasaran, sesuai dengan kegunaan penelitian, yaitu saran teoritis dan saran praktis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id