

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingginya animo masyarakat muslim ingin beribadah umroh sejalan dengan meningkatnya usaha jasa dalam bisa penyelenggaraan ibadah umroh. Bahkan dalam perkembangannya, wisata halal atau umroh plus berpadu dengan ibadah umroh dan menjadi tren sehingga beberapa biro travel memperluas usaha jasanya dengan menawarkan paket perjalanan ibadah disertai liburan. Fenomena ini menyebabkan munculnya banyaknya perusahaan jasa menyelenggaraan umroh (tour and travel) dimana-mana.

Tabel 1.1 Harga Paket Dari Beberapa Perusahaan

Nama Perusahaan	Jenis Paket	Harga
PT. Kinana Wisata	Umrah Syawal	Rp. 43.900.000
	Umrah Ramadhan	Rp. 40.400.000
	Umrah Plus Turkey	Rp. 45.000.000
PT. Holiday Angkasa Wisata	Umrah Sambut Ramadhan	Rp. 29.200.000
	Umrah Awal Ramadhan	Rp. 30.100.000
	Umrah Full Ramadhan	Rp. 49.950.000
PT. Sriwijaya Mega Wisata	Umrah Syawal	Rp. 33.500.000
	Umrah Regular	Rp. 29.500.000
	Umrah Ramadhan	Rp. 36.500.000

Sumber: Kinana Wisata, Holiday Wisata, Mega Wisata, 2023

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa adanya beberapa perbedaan harga disetiap perusahaan jasa Haji dan Umrah. Perusahaan PT. Kinana Wisata ini menawarkan paket umrah dengan harga lebih tinggi dibanding dengan perusahaan PT. Sriwijaya Mega Wisata dan PT. Holiday Angkasa Wisata. Inilah yang menjadi alasan peneliti ingin melakukan penelitian di perusahaan PT. Kinana Wisata dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui

kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman yang ada di perusahaan PT. Kinana Wisata. Karena dari tabel 1.1 peneliti bisa melihat dari faktor harga saja PT. Kinana Wisata bisa mendapatkan ancaman dari perusahaan lain akibat harga jual produk yang dipasarkan tinggi.

Perusahaan-perusahaan jasa tersebut saling bersaing untuk menarik simpati untuk menarik perhatian masyarakat, dan semuanya berlomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik dengan berbagai manfaat dan keunggulan fasilitas yang berbeda-beda. Dikarenakan meningkatnya permintaan penyelenggara umroh, pemerintah mengizinkan bagi setiap warga untuk membuka perusahaan agent travel, yaitu suatu agent yang menawarkan suatu produk berbentuk jasa perjalanan, Adapun jasa yang diberikan adalah pemandu perjalanan, kendaraan, hotel, konsumsi dan lain-lain.

Bagi PT Kinana sebagai pelaku usaha baik produk maupun jasa, menjalankan strategi promosi merupakan hal yang penting dilakukan agar produk dan jasa dapat dikenal luas oleh masyarakat. Semakin dikenal produk dan jasa yang dipasarkan, semakin berpotensi untuk meningkatkan penjualan (hasil wawancara bersama bapak AKBP. Dwi Utomo, 2023). Merumuskan strategi promosi merupakan langkah yang sangat penting karena berhubungan dengan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh. Pernyataan ini didukung oleh Morimura & Sakagawa (dalam Niam & Eviana, 2022:56) bahwa strategi promosi memberikan pengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Strategi promosi akan dapat berguna dengan optimal bila didukung dengan perencanaan yang terstruktur dengan baik.

Walaupun demikian, terdapat masih banyak fenomena yang terjadi dalam keberangkatan umroh yaitu, penyelenggara umroh yang tidak memiliki izin resmi dari kemenag, jamaah gagal berangkat, atau jamaah tertunda keberangkatannya, jamaah tertunda kepulangannya, jamaah hilang, visa umroh diberikan kepada perusahaan jasa penyelenggara umroh yang tidak berizin, harga tidak rasional dan terlampau murah, pelayanan yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan. (Arif,2019).

Dikarenakan banyaknya fenomena dalam pelaksanaan ibadah umroh seperti yang diatas maka perjalanan ibadah umroh sangat diperlukan suatu agent travel umroh untuk perjalanan ibadah umroh yang memberikan jasa pelayanan baik kepada jamaah umroh di Indonesia maka berdirilah PT. Kinana Mandiri Wisata yang bergerak di bidang travel haji dan umroh dengan menawarkan berbagai produk umroh adapun sebagai berikut:1) Umroh Syawal; 2) Umroh Ramadhan; 3) Umroh Khusus (plus Istanbul)

Adapun data keberangkatan umroh dari 3 tahun setelah masa pandemi dari PT. Kinana Wisata Cabang Palembang sebagai berikut:

Tabel 1.2 Keberangkatan Jamaah Umrah

Tahun	Penjualan Produk Umroh
2020	24
2021	71
2022	131

Sumber: PT Kinana 2020 - 2022

Dari Tabel diatas, bisa kita lihat bahwa adanya peningkatan dalam hal keberangkatan umroh di PT. Kinana Wisata hal ini terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan dalam memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh organisasi dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi. Jadi sebelum mengambil keputusan, seorang pebisnis harus melakukan analisis SWOT agar keputusan yang diambil tidak salah.

Alasan penulis tertarik menulis penelitian ini dikarenakan, jaman saat ini sangat pesat dalam bidang usaha dan bisnis terlebih usaha jasa travel yang didirikan dinegara terbesar umat muslimnya, sehingga mendorong para pengusaha travel menginginkan adanya produk umroh dan haji. Dari gambaran tersebut peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap yang dituangkan dalam skripsi ini yang berjudul **“Analisis SWOT Terhadap Harga Jual Produk Umroh Pada PT. KinanaWisata”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah tersebut, maka dapat dirumuskan bahwa pokok-pokok permasalahan yang dibahas sebagai berikut:

1. Bagaimana Analisis SWOT Harga Jual Produk Umroh pada PT. Kinana Wisata?
2. Strategi apa yang harus dilakukan PT. Kinana Wisata. Dengan hasil Analisis SWOT seperti itu?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian lebih terarah, maka penulis akan memberikan batasan masalah yang akan dibahas yaitu “Analisis SWOT Terhadap Harga Jual Produk Umroh Pada PT. Kinana Wisata Kota Palembang Sumatera Selatan” pada periode tiga bulan setelah masa Pandemi Covid-19

1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah memperoleh data yang diperlukan untuk memecahkan masalah yang telah dirumuskan dalam perumusan masalah. Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan perusahaan pada harga jual produk.
2. Memahami pentingnya Analisis SWOT sebagai acuan suatu perusahaan dalam harga jual produk.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, sebagai pengembangan ilmu pengetahuan Analisis SWOT adalah salah satu strategi perusahaan dalam menjalankan harga jual produk di dunia bisnis sehingga dapat menjadikan acuan bagi mahasiswa

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Akademis

Dari hasil penelitian ini, akan menambah referensi bagi mahasiswa sebagai penunjang untuk penelitian berikutnya.

2. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini, perusahaan dapat dijadikan bahan evaluasi atau target selanjutnya dalam menjalankannya sebagai pelaku usaha.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memberikan garis besar mengenai skripsi ini sehingga dapat menggambarkan hubungan antar bab dimana masing-masing bab terdiri dari beberapa sub-sub secara keseluruhan. Adapun sistematika penulisan tugas akhir ini sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

1.2 Rumusan Masalah

1.3 Batasan Masalah

1.4 Tujuan Penelitian

1.5 Manfaat Penelitian

1.6 Sistematika Penulisan

BAB II Landasan Teori

- 2.1 Teori yang berkaitan dengan variabel penelitian
- 2.2 Kerangka Berpikir
- 2.3 Hipotesa Penelitian

BAB III Metode Penelitian

- 3.1 Jenis Penelitian
- 3.2 Lokasi Penelitian
- 3.3 Populasi Dan Sampel
- 3.4 Teknik Pengambilan Sampel
- 3.5 Jenis dan Sumber Data
- 3.6 Teknik Pengumpulan Data
- 3.7 Teknik Analisis Data

Bab IV Hasil Dan Pembahasan

- 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian
- 4.2 Deskripsi Data
- 4.3 Hasil Penelitian
- 4.4 Pembahasan

Bab V Kesimpulan dan Saran

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran