

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAJN ISLAM RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**STRATEGI BISNIS PADA PT. SILVER SILK TOUR AND TRAVEL
PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau



RENI SANTIANI

NPM: 167210318

**JURUSAN ADMINISTRASI
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2020

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Reni Santiani
NPM : 167210318
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Strategi Bisnis Pada PT. Silver Silk Tour And Travel Pekanbaru.

Format sistematika dan pembahasan masing-masing materi dalam usulan penelitian ini telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metodologi penelitian ilmiah, oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan.

Pekanbaru, 16 April 2020

Pembimbing

Dr. H. Moris Adidi Yogia, M.Si

Turut Menyetujui

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Ketua,

La Ode Syarfan, SE., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Nama : Reni Santiani
NPM : 167210318
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Srata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Strategi Bisnis Pada PT. Silver Silk Tour And Travel Pekanbaru.

Naskah skripsi ini secara keseluruhan dinilai, relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Bidang Ilmu-Ilmu Sosial.

Ketua,

Dr. H. Moris Adidi Yogia, M.Si

Mengetahui,
Wakil Dekan 1,

Dr.H. Panca Setyo Prihatin, S.IP.,M.Si.

Pekanbaru, 21 April 2020
Sekretaris,

La Ode Syarfan, S.E., M.Si

Anggota,

M. Faisal Amrillah, S.Sos., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

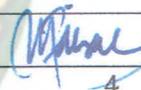
=====

BERITA ACARA UJIAN KONPREHENSIF SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Nomor: 105/UIR-Fs/Kpts/2020 tanggal 15 April 2020 maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini, Kamis tanggal, 16 April 2020 jam 11.00 - 12.00 Wib, bertempat di ruang sidang Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan ujian konprehensif skripsi atas mahasiswa:

Nama : Reni Santiani
N P M : 167210518
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : **Strategi Bisnis pada PT. Silver Silk Tour and Traver Pekanbaru.**

Nilai Ujian : Angka : " 77 " ; Huruf : " B+ "
Keputusan Hasil Ujian : Lulus / Tidak Lulus / Ditunda
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. H. Moris Adidi Yogia, M.Si.	Ketua	1. 
2.	La Ode Syarfan, SE.M.Si.	Sekretaris	2. 
3.	M.Faisal Amrillah, S.Sos., M.Si.	Anggota	3. 
4.	Afrizal, SE., M.Si.	Notulen	4. 

Pekanbaru, 16 April 2020
An. Dekan,

Dr. H. Panca Setyo Prihatin, S.IP., M.Si.
Wakil Dekan I Bid. Akademik

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU
NOMOR :185/UIR-FS/KPTS/2020
TENTANG TIM PENGUJI UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI MAHASISWA

DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk mengevaluasi tingkat kebenaran penerapan kaidah dan metode penelitian ilmiah dalam naskah Skripsi Mahasiswa maka dipandang perlu untuk diuji dalam forum ujian komprehensif.
2. Bahwa Tim Penguji dimaksud perlu ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan.

- Mengingat** : 1. UU Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Pendidikan Nasional
2. PP Nomor: 60 Tahun 1999 Tentang Sistem Pendidikan Tinggi
3. SK. Mendiknas RI Nomor 045/U/2002 tentang Kurikulum Inti Pendidikan Tinggi.
4. SK Rektor UIR Nomor: 141/UIR/KPTS/2009 tentang Kurikulum Baru Fisipol UIR
5. SK Rektor UIR Nomor: 081/UIR/KPTS/2017, tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dekan Fakultas dan Direktur Pascasarjana UIR masa bakti 2012-2016.

- Memperhatikan** : Rekomendasi Ka Prodi dan Wakil Dekan I Bidang Akademik (WD.I) tentang Usulan Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : 1. Dosen Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa atas nama yang tersebut dibawah ini :

Nama : **Reni Santiani**
N P M : 167210518
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Strategi Bisnis Pada PT. Silver Silk Tour And Traver Pekanbaru.

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Dr. H. Moris Adidi Yogia.,M.Si | Sebagai Ketua merangkap Penguji |
| 2. La Ode Syarfan.,SE.,M.Si | Sebagai Sekretaris merangkap Penguji |
| 3. M. Faisal Amrillah.,S.Sos.,M.Si | Sebagai Anggota merangkap Penguji |
| 4. Afrizal.,SE.,M.Si | Sebagai Notulen |

2. Tim Penguji melaksanakan tugas dan mengisi serta menandatangani berkas ujian sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Fakultas.

3. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila terdapat kekeliruan segera ditinjau kembali.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 16 April 2020
An.Dekan

Dr . H. Panca Setyo Prihatin.,S.IP.,M.Si
Wakil Dekan I Bid. Akademik

Tembusan Disampaikan Kepada :

1. Yth. Bapak Rektor UIR
2. Yth. Sdr. Ka. Biro Keuangan UIR
3. Yth. Ketua Jurusan ADM Bisnis.....
4. A r s i p -----sk.penguji

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Reni Santiani
NPM : 167210318
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Srata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Strategi Bisnis Pada PT. Silver Silk Tour And Travel
Pekanbaru.

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh Mahasiswa bersangkutan sesuai dengan korektif dan masukan Tim penguji dan dinilai telah memenuhi persyaratan administratif dan akademis, oleh karena itu dapat disahkan sebagai sebuah karya ilmiah.

Pekanbaru, 21 April 2020

Ketua

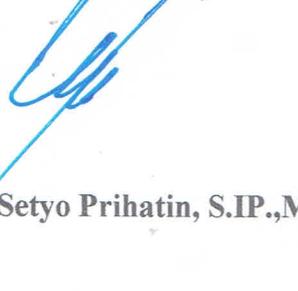
An, Tim Penguji
Sekretaris,


Dr. H. Moris Adidi Yogya, M.Si


La Ode Syarfan, S.E., M.Si

Mengetahui,
Wakil Dekan I,

Turut Menyetujui,
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Ketua,


Dr. H. Panca Setyo Prihatin, S.IP., M.Si


La Ode Syarfan, S.E., M.Si

PERSEMBAHAN

Karya ilmiah yang ditulis dalam bentuk naskah Skripsi yang sederhana ini aku persembahkan sebagai sedikit tanda bukti dan ucapan terimakasihku kepada segenap hamba Allah yang ku tuliskan berikut ini yang telah banyak berjasa dalam perjalanan kehidupan ku sampai saat ini

Sungguh aku tak mampu menggantikan kasihmu dengan apapun,

tiada yang dapat ku berikan agar setara dengan pengorbananmu

kasih sayangmu tak pernah bertepi cinta mu tak pernah berujung

tiada kasih seindah kasihmu tiada cinta semurni cintamu

ku persembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat ku kasihi

dan ku sayangi yaitu mama dan papa tercinta

sebagai tanda bukti, hormat, dan rasa terima kasih yang

tiada terhingga

Semoga Tuhan tetap melimpahkan rahmat dan karuniaNya yang tiada terputus kepada mama

dan papa ku tercinta

tak lupa pula kepada seluruh keluarga besar ku, serta adik-adik tercintaku

dan juga kepada teman-temanku yang telah membantu baik materil maupun moril serta

motivasi ku dalam menyelesaikan studi

Semoga Allah membalas amal baik beliau dengan rahmat dan karunia yang setimpal, Amin...

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin penulis mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, yang mana berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul **“Strategi Bisnis Pada PT. Silver Silk Tour And Travel Pekanbaru.”** untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Riau.

Penulis menyadari dalam penulisan usulan penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, kritik dan saran yang membangun penulis harapkan demi kesempurnaan dalam penulisan usulan penelitian ini.

Dalam penyelesaian usulan penelitian ini, penulis banyak menemukan kesulitan dan hambatan. Alhamdulillah berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak semua dapat diatasi. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH., MCL selaku Rektor Universitas Islam Riau yang menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis dapat menimba ilmu dalam lembaga pendidikan yang beliau pimpin.
2. Bapak Dr. Syahrul Akmal Latif M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau, yang telah menyediakan fasilitas

dan memberikan dukungan serta kesempatan kepada penulis menimba ilmu di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang beliau pimpin.

3. Bapak La Ode Syarfan, SE., M.Si selaku ketua program Studi Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau
4. Bapak Dr. H. Moris Adidi Yogia, M.Si selaku pembimbing yang penuh kesabaran memberikan arahan, bimbingan dan saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh staf Tata Usaha yang telah memberikan tunjuk ajar kepada penulis selama mengikuti pendidikan pada jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Riau.
6. Terutama kepada Ayahanda dan Ibunda yang tidak henti-hentinya memberikan dorongan do'a dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi pada Universitas Islam Riau.
7. Tidak lupa juga penulis ucapkan terimakasih kepada teman-teman seangkatan 2016 Ilmu Administrasi Bisnis kelas A yang telah membantu memberikan masukan, saran dan dorongan kepada penulis.
8. Terimakasih juga penulis ucapkan kepada sahabat terbaik Bobby, Darma, Anggrek, Cica, kuyuk, nanda, kawat Dan team Angkringan Bunda atas dukungan dan semua bantuan yang di berikan.

Semoga segala bantuan, bimbingan saran dan arahan, petunjuk serta dorongan yang diberikan menjadi sumbangan yang tak terlupakan. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan.

Pekanbaru, 23 maret 2020

Penulis

Reni Santiani



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iii
BERITA ACARA UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI.....	iv
SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIPOL UIR.....	v
PENGESAHAN SKRIPSI.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH.....	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRAC.....	xix
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR.....	7
A. Studi Kepustakaan	7

1. Konsep Administrasi	7
2. Konsep Administrasi Bisnis	8
3. Organisasi	10
4. Manajemen	13
5. Manajemen pemasaran	14
6. Bisnis	15
7. Strategi bisnis	17
8. Strategi pemasaran	24
B. Kerangka Pemikiran	31
C. Konsep Operasional	33
D. Operasional Variabel Penelitian	35
BAB 111 : METODE PENELITIAN	36
A. Tipe Penelitian	36
B. Lokasi Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel	37
D. Teknik Penarikan Sampel	37
E. Jenis dan Sumber Data	38
F. Teknik Pengumpulan Data	38
G. Teknik Analisis Data	39
H. Jadwal kegiatan penelitian	45
BAB IV : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN.....	46
A. Sejarah singkat perusahaan	46
B. Struktur organisasi perusahaan	47

C. Visi-misi perusahaan	52
D. Aktivitas perusahaan	53
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Identitas informan	54
B. Strategi bisnis secara deskriptif	55
C. Strategi bisnis secara kualitatif	69
D. Prospek strategi bisnis	77
BAB VI : PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel

I.I : Data harga dan jumlah jama' ah 3 tahun terakhir Haji&Umroh	3
I.II : Lokasi cabang perusahaan silver silk tour and travel pekanbaru	5
II.I : Penelitian terdahulu	30
II.III : Operasional variabel	36
III.I : Jadwal kegiatan penelitian	47
IV.I : Lokasi cabang perusahaan	51
V.I : Informan pemilik perusahaan	58
V.II : IFAS (<i>INTERNAL STRATEGIC FACTOR ANALYSIS SUMMARY</i>)	73
V.III : EFAS (<i>EKSTERNAL STRATEGIC FACTOR ANALYSIS SUMMARY</i>)	75
V.IV : Matriks SWOT	77

DAFTAR GAMBAR

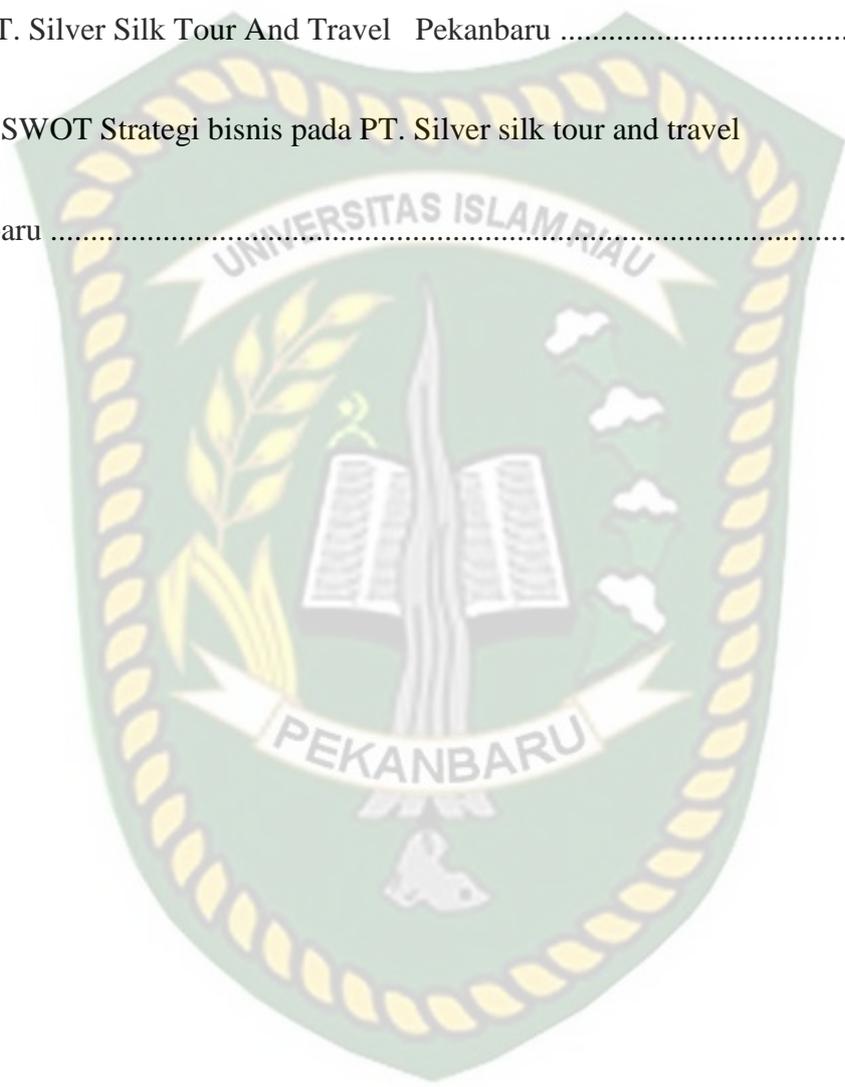
Gambar

II.II : Kerangka Pikir tentang Strategi Bisnis

pada PT. Silver Silk Tour And Travel Pekanbaru 32

V.I : Diagram SWOT Strategi bisnis pada PT. Silver silk tour and travel

Pekanbaru 80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. : Daftar wawancara penelitian mengenai Strategi Bisnis pada PT. Silver Silk Tour and Travel Pekanbaru 83
2. : Foto dokumentasi terkait dengan judul strategi bisnis pada PT. Silver silk tour and travel pekanbaru 90
3. : Surat keputusan Dekan fisipol UIR mengenai penetapan dosen pembimbing penulisan skripsi mahasiswa yang berjudul Strategi Bisnis pada PT. Silver silk tour and travel pekanbaru 93
4. : Surat rekomendasi dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu provinsi riau terkait penelitian yang berjudul strategi bisnis pada PT. Silver silk tour and travel pekanbaru 94
5. : surat keterangan balasan dari PT. Silver silk kota pekanbaru terkait penelitian tentang strategi bisnis pada PT. Silver silk tour and travel pekanbaru 95

SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Islam Riau peserta ujian konfrehensif skripsi yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reni Santiani

NPM : 167210318

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)

Judul Skripsi : "Strategi bisnis pada PT. Silver Silk Tour And Travel Pekanbaru"

Atas naskah yang didaftar pada ujian skripsi beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan saya menyatakan :

1. Bahwa naskah usulan penelitian ini adalah benar hasil karya saya sendiri yang saya tulis sesuai dengan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulis karya ilmiah.
2. Bahwa keseluruhan persyaratan administrasi, akademik, dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Fakultas dan Universitas.
3. Bahwa apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti secara syah bahwasanya saya ternyata melanggar butir 1 dan 2 tersebut diatas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian konferensif Skripsi yang saya ikuti sesuai dengan ketentuan Fakultas dan Universitas Secara Hukum Negara RI.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 21 April 2020

Pelaku Pernyataan,



RENI SANTIANI

STRATEGI BISNIS PADA PT. SILVER SILK TOUR AND TRAVEL PEKANBARU

ABSTRAK

Oleh

Reni Santiani

Kata kunci : Strategi Bisnis, Analisis Swot

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang strategi bisnis dan apa saja strategi yang di gunakan oleh perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan silver silk tour and travel pekanbaru. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu berupa wawancara, dan observasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis swot. Hasil penelitian dari keseluruhan menunjukkan bahwa perusahaan silver silk memiliki strategi untuk bersaing dengan perusahaan lain yang ada di pekanbaru.



BUSINESS STRATEGY IN PT. SILVER SILK TOUR AND TRAVEL PEKANBARU

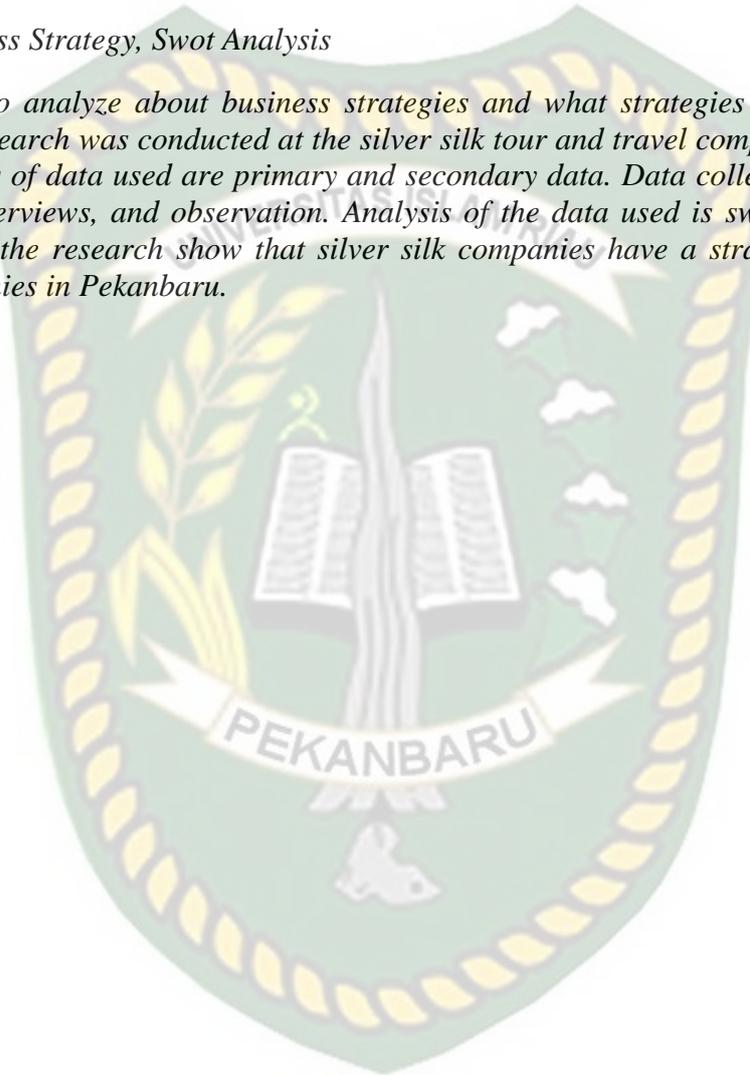
ABSTRACT

By

Reni Santiani

Keywords: Business Strategy, Swot Analysis

This study aims to analyze about business strategies and what strategies are used by the company. This research was conducted at the silver silk tour and travel company Pekanbaru. Types and sources of data used are primary and secondary data. Data collection techniques in the form of interviews, and observation. Analysis of the data used is swot analysis. The overall results of the research show that silver silk companies have a strategy to compete with other companies in Pekanbaru.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

persaingan dalam dunia bisnis sudah semakin tajam dan luas. Para pemasar dituntut tidak hanya meningkatkan kualitas produk dan jasa tetapi juga kualitas pelayanan untuk bisa tampil sebagai pemenang dalam persaingan. Dimana produk-produk ataupun jasa sejenis sudah semakin tipis perbedaannya dalam hal kualitas, maka yang menjadi kunci utama untuk menjadi pemenang dalam persaingan tersebut adalah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada para pelanggan.

Pada saat ini Setiap organisasi memiliki tujuan masing-masing yang berbeda satu dengan lainnya. Organisasi pemerintah didirikan dengan tujuan untuk memberikan pelayanan hak-hak sipil dan ekonomi kepada masyarakat dengan adil dan merata. Organisasi perusahaan bertujuan untuk memperoleh keuntungan usaha, dan organisasi sosial didirikan dengan tujuan memberikan pengabdian kepada masyarakat.

Berlakunya Masyarakat Ekonomi ASEAN merupakan peluang dan ancaman bagi para pelaku bisnis. Karena dengan berlakunya MEA tentunya setiap Negara akan mengalami perubahan kondisi ekonomi. Dan perubahan kondisi ekonomi dan persaingan ini pasti akan berdampak pada perekonomian Indonesia. Pelaku bisnis di Indonesia harus harus mampu mempertahankan kelangsungan usahanya.

Perusahaan diperhadapkan pada kondisi persaingan yang semakin ketat dan peluang bisnis yang semakin terbuka saat berlakunya MEA. Kondisi seperti ini menuntut perusahaan harus lebih kreatif dan inovatif dengan menawarkan produk atau jasa yang bernilai lebih. Hal inilah yang dituntut oleh pasar yang menjadi fokus atau sasaran untuk bersaing. Pada umumnya perusahaan berupaya untuk memenuhi harapan konsumen, dengan membangun kepercayaan dalam suatu hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggannya.

Sumber daya manusia mempunyai dampak yang lebih besar terhadap efektifitas perusahaan dibanding dengan sumber daya yang lain. Seberapa baik sumber daya manusia dikelola, akan menentukan kesuksesan perusahaan di masa mendatang. Pada prinsipnya, sumber daya manusia adalah satu-satunya sumber daya yang menentukan perusahaan. Perusahaan yang memiliki tujuan yang bagus dilengkapi dengan fasilitas, sarana dan prasarana yang canggih, tetapi tanpa sumber daya manusia yang baik, kemungkinan besar perusahaan akan sulit untuk mencapai tujuan.

Dari beberapa perusahaan jasa yang dikenal oleh masyarakat khususnya riau. PT. Silver Silk Tour & Travel pekanbaru merupakan sebuah perusahaan yang berkembang cukup pesat pada saat ini. Perusahaan ini bergerak dalam bidang Tour & Travel yang memfokuskan diri dalam bidang penyelenggaraan pelayanan ibadah Haji dan Umrah, serta paket perjalanan lainnya. PT. Silver Silk Tour & Travel sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa perjalanan ibadah Haji dan Umrah mempunyai motto “ solusi tepat untuk kualitas ibadah anda”.

Selain itu baru-baru ini perusahaan ini juga mengembangkan sayapnya dibidang kuliner seperti cafe dan restoran serta cucian mobil yang ber alamat di :

- Restorant di jalan arifin ahmad pekanbaru
- Cafe di jalan soekarno hatta (simpang pasar pagi) pekanbaru
- Car wash di jalan adi sucipto pekanbaru.

Tabel 1.1 : Daftar harga dan Jumlah jama'ah 3 Tahun terakhir Haji&Umroh

NO	JENIS	TAHUN	TIPE	HARGA	JUMLAH
1	UMROH	2016-2017	Silver	Rp. 20.950.000	1.017 jama'ah
		2017-2018	Gold	Rp. 22.950.000	1.115 jama'ah
		2018-2019	Platinum	Rp. 25.950.000	1.200 jama'ah
2	HAJI	2016-2017		Rp. 145.000.000	66 jama'ah
		2017-2018		Rp. 166.000.000	66 jama'ah
		2018-2019		Rp. 195.000.000	90 jama'ah

Dalam perusahaan ini banyak terbagi jabatan-jabatan sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan kemampuan karyawan tersebut yang secara keseluruhan berjumlah 73 orang,yang mana perusahaan ini terdiri dari 14 cabang dan masing-masing cabang terdapat 2 karyawan tetapi khusus di pusat yang berada di jl.arifin ahmad pekanbaru riau terdapat 45 karyawan.

Setiap perusahaan menginginkan kerapian, ketelitian disetiap kinerja karyawan, begitu juga pada PT. Silver Silk Pekanbaru memang sudah banyak dalam kinerja, karyawan mengedepankan kerapian, ketelitian.

Keberhasilan perusahaan dapat dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan dapat bersaing seiring perkembangan zaman. Kepuasan pelanggan secara individu sangat sulit dicapai karena keberagaman keinginan setiap konsumen berbeda. Oleh karena itu, strategi bersaing menjadi sangat penting bagi perusahaan.

PT. Silver Silk Tour & Travel didirikan pada tanggal 12 Januari 2001 di Pekanbaru. PT. Silver Silk Tour & Travel berada di jalan arifin ahmad Pekanbaru, dengan Sk Kementerian Agama RI (Umroh): No. D / 474 Tahun 2012. Selain karena sudah di kenal namanya, perusahaan ini juga sangat di percayai karena hingga saat ini belum pernah membatalkan keberangkatan para jama'ahnya. Selain itu dibanding dengan perusahaan jasa tour lainnya silver silk menaruh harga lebih murah dengan fasilitas terbaik.

Dari survei awal yang dilakukan di PT. silver silk tour and travel pekanbaru ditemukan fenomena sebagai berikut :

1. Terjadi peningkatan penjualan setiap tahunnya
2. Belum memiliki strategi bisnis yang maksimal
3. Memiliki banyak cabang

Tabel 1.2 : Lokasi Cabang Perusahaan Silver Silk Tour&Travel

NO	LOKASI
1.	Pekanbaru
2.	Tembilahan
3.	Bengkalis
4.	Bangkinang
5.	Air tiris
6.	Pasir pangaraian
7.	Ujung batu
8.	Duri
9.	Dumai
10.	Padang
11.	Bukit tinggi
12.	Jambi
13.	Batam
14.	Lombok

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti dari fenomena-fenomena yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penulis mengangkat judul penelitian yaitu **“strategi bisnis pada PT. Silver Silk Tour And Travel Pekanbaru”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diteliti adalah :

“Bagaimana Strategi Bisnis Pada PT. Silver Silk Tour And Travel Pekanbaru”

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi bisnis pada PT. silver silk tour and travel pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

Setelah penelitian ini dilaksanakan dan mendapat suatu gambaran yang ada sesuai data lapangan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan, antara lain :

- a. Kegunaan teoritis, hasil penelitian ini diharapkan akan mampu mengembangkan keilmuan administrasi bisnis terutama yang menyangkut daya saing.
- b. Kegunaan praktis, sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan dan pengembangan perusahaan masa yang akan datang dan sebagai sumbangan pemikiran untuk kemajuan perusahaan dalam meningkatkan strategi usaha pada PT.Silver silk tour and travel.
- c. Kegunaan akademis, sebagai wadah untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh semasa perkuliahan dan hasil penelitian ini diharapkan menambah kepustakaan serta referensi untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

A. Studi Kepustakaan

1. Administrasi

Administrasi adalah rangkaian pekerjaan ketatausahaan atau kesekretariatan yang terkait dengan surat menyurat (koresponden) dan pengelolaan keterangan tertulis lainnya. Jadi administrasi adalah serangkaian kegiatan ketatausahaan atau kesekretariatan berupa surat-menyurat dan pengelolaan data atau keterangan tertulis lainnya yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang didasarkan oleh rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (Zuklifi, 2005:16).

Menurut Siagian (2003:3) administrasi didefinisikan sebagai keseluruhan proses kerja sama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Ada beberapa hal yang terkandung didefinisi diatas, yaitu:

- a) Pertama, administrasi sebagai seni adalah suatu proses yang diketahui hanya permulaannya sedang akhirnya tidak diketahui.
- b) Kedua, administrasi mempunyai unsur-unsur tertentu, yaitu adanya dua manusia atau lebih, adanya tujuan yang hendak dicapai, adanya tugas atau tugas-tugas yang harus dilaksanakan, adanya peralatan dan perlengkapan untuk melaksanakan tugas-tugas itu.
- c) Ketiga, bahwa administrasi sebagai proses kerja sama bukan merupakan hal yang baru karena ia telah timbul bersma-sama dengan timbulnya peradaban manusia.

Selanjutnya Siagian (2003:3) administrasi adalah suatu proses pelaksanaan kegiatan-kegiatan tertentu yang dimulai sejak adanya dua orang yang bersepakatan untuk bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan tertentu pula.

Selain dari prinsip umum administrasi perlu kita ketahui bahwasanya terdapat unsur-unsur administrasi menurut wirman (2012;11) unsur-unsur administrasi itu memiliki 8 bagian yaitu:

- a. Organisasi
- b. Manajemen
- c. Komunikasi
- d. Kepegawaian
- e. Keuangan
- f. Perbekalan
- g. Tata usaha
- h. Hubungan masyarakat

Dari beberapa pengertian para pakar maka dapat disimpulkan bahwa administrasi adalah suatu bentuk kerja sama antara dua orang atau lebih yang memiliki tujuan yang sama dan ingin mewujudkannya bersama-sama.

2. Administrasi bisnis

administrasi bisnis adalah seluruh kegiatan yang berhubungan didalam suatu perusahaan dengan tujuan untuk mencapai laba yang ditargetkan oleh perusahaan tersebut. Beberapa pendapat para ahli tentang pengertian administrasi bisnis, menurut Poerwanto (2006:25) bahwa, “Administrasi Bisnis adalah

keseluruhan kerja sama dalam memproduksi barang atau kerja sama dalam memproduksi barang atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan hingga pada penyampaian barang atau jasa tersebut kepada pelanggan dengan memperoleh dan memberikan keuntungan secara seimbang, bertanggung jawab dan berkelanjutan”. Menurut Y.Wayong (2004:12) menyatakan bahwa “Administrasi Bisnis adalah keseluruhan kegiatan mulai dari produksi barang dan jasa sampai tibanya barang dan jasa tersebut ditangan konsumen”

Musselman (2006;49) bahwa administrasi bisnis adalah jumlah keseluruhan aktivitas yang terorganisir dalam bidang perniagaan dan industri. Penyediaan barang dan jasa agar terpenuhi kebutuhan masyarakat serta dapat memperbaiki kualitas kehidupan masyarakat.

Dalam dunia perekonomian,bisnis memiliki karakteristik yakni sebagai berikut :

1. Berhubungan dengan berbagai barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan manusia.
2. Menentukan harga yang sesuai
3. Akan ada kemungkinan mengalami kerugian

Dalam organisasi bisnis,administrasi bisnis adalah fungsi industri yang berkaitan dengan penetapan kebijakan perusahaan,koordinasi produksi,keuangan dan distribusi,penentuan arah organisasi dan kontrol tertinggi eksekutif bagi perusahaan untuk bergerak maju (sheldon,1942;6). Secara umum administrasi bisnis adalah seluruh kegiatan yang berhubungan didalam suatu perusahaan dengan tujuan untuk mencapai laba yang ditargetkan oleh perusahaan tersebut.

Administrasi niaga menurut Fayol (2006:185) yang sekarang terkenal menjadi populer dengan sebutan administrasi bisnis, adalah bagian dari ilmu-ilmu sosial yang mempelajari proses kerjasama antara dua atau lebih dalam upaya mencapai suatu tujuan merupakan ilmu yang berfokus pada perilaku manusia.

Jadi administrasi bisnis adalah proses kerjasama dua orang atau lebih yang memiliki tujuan bersama di dalam dunia industri atau dunia perniagaan, dan proses kerjasama tersebut telah tersusun secara sistematis.

3. Organisasi

Organisasi dapat dikatakan sebagai alat untuk mencapai tujuan, oleh karena itu organisasi dapat dikatakan wadah kegiatan dari pada orang-orang yang bekerjasama dalam usahanya untuk mencapai tujuan. Di kegiatan itu orang-orang harus jelas tugas, wewenang dan tanggung jawabnya, hubungan dan tata kerjanya. Pengertian yang demikian disebut organisasi yang “statis”, karena sekedar hanya melihat dari strukturnya. Di samping itu terdapat pengertian organisasi yang bersifat “Dinamis”. Pengertian ini organisasi dilihat dari pada sudut dinamikanya, aktivitas atau tindakan dari pada tata hubungan yang terjadi di dalam organisasi itu, baik yang bersifat formal maupun informal. Waldo yang dikutip oleh Silalahi dalam bukunya “Studi tentang Ilmu Administrasi Konsep, Teori, dan Dimensi” (2003:124) menyatakan definisi organisasi adalah : “Organisasi adalah struktur hubungan-hubungan di antara orang-orang berdasarkan wewenang dan bersifat tetap dalam suatu sistem administrasi”. Sedangkan pengertian organisasi menurut Thoha yang dikutip oleh Silalahi dalam bukunya “Studi tentang Ilmu Administrasi

Konsep, Teori, dan Dimensi” (2003:124) mengemukakan bahwa: 18 “Organisasi merupakan suatu kerangka hubungan yang berstruktur yang menunjukkan wewenang, tanggung jawab, dan pembagian kerja untuk menjalankan suatu fungsi tertentu. Hubungan yang berstruktur ini disebut hirarki dan konsekuensi dari hirarki ialah adanya kategori kelompok superior dengan kelompok subordinasi.” Adapun pengertian Organisasi menurut Weber yang dikutip oleh Thoha dalam bukunya “Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya” (2014:113) bahwa : “Organisasi merupakan suatu batasan-batasan tertentu (boundaries), dengan demikian seseorang yang melakukan hubungan interaksi dengan lainnya tidak atas kemauan sendiri. Mereka dibatasi oleh aturan-aturan tertentu.” Sejalan dengan definisi-definisi di atas menurut Handayani (1981:43), menyatakan ciri-ciri organisasi sebagai berikut:

1. Adanya suatu kelompok orang yang dapat dikenal.
2. Adanya kegiatan yang berbeda-beda tapi satu sama lain saling berkaitan.
3. Tiap-tiap anggota memberikan sumbangan usahanya ataupun tenaganya.
4. Adanya kewenangan, koordinasi dan pengawasan.
5. Adanya suatu tujuan. Dari definisi diatas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa Organisasi adalah kesatuan dari seluruh kegiatan yang erat saling berkaitan antara setiap anggota yang ada di dalamnya secara terkoordinir dan memiliki tujuan tertentu

Secara ringkas dapat diberikan batasan organisasi sebagai berikut :

- a. Dalam arti badan, organisasi adalah sekelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.

- b. Dalam arti bagus, organisasi adalah gambaran skematis tentang hubungan kerja sama antara orang-orang yang terdapat dalam suatu badan untuk mencapai suatu tujuan.
- c. Dalam arti dinamis, organisasi adalah suatu proses penetapan dan pembagian pekerjaan, pembatasan tugas dan tanggung jawab, serta penetapan hubungan antara unsur-unsur organisasi, sehingga memungkinkan orang kerja sama secara efektif untuk mencapai tujuan.

Pengertian organisasi secara statis dapat dipahami bahwa organisasi pada dasarnya merupakan wadah berkumpulnya sejumlah manusia karena kepentingan yang sama dari manusia tersebut.

Adapun menurut suparjati (2000;3) suatu organisasi diperlukan lima prinsip utama sebagai pedoman, yaitu :

- a. Pembagian kerja
- b. Kesatuan perintah
- c. Kewenangan dan tanggung jawab
- d. Rentang kendali
- e. Departemenisasi

Berikut ini dua belas prinsip organisasi menurut siagian (2008;9)

- a. Terdapat tujuan yang jelas
- b. Tujuan organisasi harus dipahami oleh setiap orang didalam organisasi.
- c. Tujuan organisasi harus diterima oleh setiap orang dalam organisasi
- d. Adanya kesatuan arah (*unity of direction*)
- e. Adanya kesatuan perintah (*unity of command*)

- f. Adanya keseimbangan antara wewenang dan tanggung jawab seseorang
- g. Adanya pembagian tugas
- h. Struktur organisasi harus disusun sesederhana mungkin
- i. Pola dasar organisasi harus relatif
- j. Adanya jaminan jabatan
- k. Imbalan yang diberikan ada setiap orang harus setimpal dengan jasa yang diberikan
- l. Penempatan yang sesuai dengan keahlian.

Dapat disimpulkan dari beberapa pengertian diatas bahwa pengertian organisasi merupakan suatu alat dan wadah guna mencapai tujuan organisasi, dimana didalamnya terdapat sekelompok orang kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.

4. Manajemen

Menurut Melayu Hasibuan (2014:2) manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Selain itu, manajemen juga bisa diartikan dalam 3 perspektif menurut Rivai dkk (2013:177).

- a. Menurut perspektif proses, manajemen adalah proses pencapaian tujuan melalui kegiatan orang lain, diaman kegiatan diawasi dan diselenggarakan.
- b. Definisi dari perspektif kolektivitas orang, dari sudut ini manajemen diartikan sebagai kolektivitas orang yang melaksanakan pekerjaan-pekerjaan manajerial.

- c. Pengertian manajemen menurut perspektif seni dan ilmu. Manajemen sebagai seni merupakan pengimplementasikan dari keterampilan-keterampilan dalam pengelolaan, organisasi berdasarkan pengalaman-pengalaman yang ada dan bermanfaat. Sementara itu, manajemen sebagai ilmu terlihat dari penerapannya terhadap proses mengobservasi, mengumpulkan dan menganalisis data, fenomena-fenomena, kejadian-kejadian dan lain-lain kemudian diambil beberapa kesimpulan yang mendukung tujuan yang hnedak dicapai

Jadi dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah suatu ilmu atau seni untuk mempengaruhi orang lain untuk melakukan suatu pekerjaan sesuai intruksi dan keinginan pimpinan.

5. Manajemen Pemasaran

Menurut Suparyanto (2015;2) istilah manajemen pemasaran terdiri dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Manajemen berasal dari kata to manage artinya mengatur atau mengelola. Fungsi manajemen merupakan rangkaian aktivitas yang dilakukan oleh manager dimana satu aktivitas merupakan bagian dari aktivitas lainnya yang saling terkait. Fungsi-fungsi manajemen diungkapkan oleh beberapa ahli. George R. Terry mengemukakan bahwa fungsi manajemen terdiri dari:

- a. *Planning* (perencanaan)
- b. *Organizing* (pengorganisasian)
- c. *Actuating* (tindakan)
- d. *Controlling* (pengendalian)

Fungsi manajemen tersebut dimulai dengan merencanakan tujuan yang ingin dicapai dan rencana pasti yang harus ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut. Langkah selanjutnya adalah melaksanakan berbagai rencana yang telah disusun sehingga mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Siswanto Sutoyo (2003;1) pemasaran adalah menjuruskan dana dan milik perusahaan kearah pemberian kepuasan kepada para pembeli dengan maksud agar perusahaan dapat menjual hasil produksi, memperoleh laba, dan mencapai tujuan perusahaan.

Dari definisi yang dikemukakan oleh para ahli diatas bahwa pemasaran mempunyai tujuan yang sama oleh sebab itu penulis mencoba menarik kesimpulan dari uraian para ahli tentang pemasaran diatas bahwa pemasaran merupakan kegiatan usaha yang berhubungan penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen yang merupakan kegiatan akhir dari aktivitas perusahaan didalam mencapai tujuannya.

6. Bisnis

Bisnis adalah suatu kegiatan usaha baik itu secara individu atau organisasi yang memiliki tujuan untuk menghasilkan barang atau jasa guna mendapat keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Bisnis ini biasanya meliputi bidang pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, perhotelan, usaha jasa dan pemerintah dalam hal ini memiliki tujuan yaitu dengan tujuan menghasilkan atau memasarkan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat, oleh karena itu sebenarnya kegiatan

bisnis meliputi 2 hal utama, yaitu : proses produksi dan pemasaran barang dan jasa.

Menurut Allan Afuah (2004) Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dana menjual barang ataupun jasa agar mendapatkan keuntungan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat dan ada di dalam industri. Menurut Griffin dan Ebert (2007: 4) bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud agar mendapatkan laba. Menurut Sukirno (2010: 20) Bisnis adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan. semua orang atau individu maupun kelompok melakukan kegiatan bisnis pastinya untuk mencari keuntungan agar kebutuhan hidupnya terpenuhi. Tidak ada orang yang melakukan bisnis untuk mencari kerugian.

Menurut Hooper (2008:35) Bisnis adalah segala dan keseluruhan kompleksitas yang ada pada berbagai bidang seperti penjualan (commerce) dan industri, industri dasar, processing, dan industri manufaktur dan jaringan, distribusi, perbankan, asuransi, transportasi, dan seterusnya yang kemudian melayani dan memasuki secara utuh (which serve and interpenetrate) dunia bisnis secara menyeluruh.

Menurut Madura (2010 : 2) Bisnis adalah suatu badan yang diciptakan untuk menghasilkan produk barang dan jasa kepada pelanggan. Setiap bisnis mengadakan transaksi dengan orang-orang. Orang-orang itu menanggung akibat karena bisnis tersebut, mereka. Kerja sama lintas fungsional di dalam bisnis

adalah dengan menekankan kebutuhan para manajer dari area fungsional yang berbeda untuk memaksimalkan laba dalam mencapai tujuan bersama.

Dari pengertian diatas, penulis dapat menyimpulkan bisnis adalah keseluruhan rangkaian kegiatan menjalankan investasi terhadap sumber daya yang ada yang dapat dilakukan baik secara individu maupun secara kelompok, untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan meningkatkan taraf hidup dengan menciptakan barang atau jasa guna mendapatkan laba / keuntungan yang sebesar-besarnya.

7. Strategi bisnis

Strategi bisnis terdiri dari dua kata, yaitu strategi dan bisnis. Kata strategi bisa diartikan sebagai siasat atau ilmu perang. Kata strategi bisa dihubungkan dengan kata lainnya, seperti strategi bisnis, strategi perang, strategi belajar, strategi komunikasi, strategi pemasaran dan masih banyak lainnya. Sedangkan bisnis bisa diartikan sebagai usaha, dagang dan bekerja untuk mencari keuntungan. Maka, dapat difahami strategi bisnis adalah siasat dalam berdagang.

Strategi sebagai instrumen untuk mengembangkan perusahaan dan memantapkan posisinya dalam persaingan yang semakin ketat, merupakan bidang manajemen yang urgen.

Mintzberg mengemukakan 5 P yang sama artinya dengan strategi, yaitu: perencanaan (*plan*), pola (*patern*), posisi (*position*), perspektif (*perspective*), dan permainan atau taktik (*play*).

Strategi adalah Perencanaan (*Plan*)

Konsep strategi tidak lepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan gerak langkah organisasi untuk mencapai suatu tujuan di masa depan. Strategi tidak selamanya merupakan perencanaan ke masa depan yang belum dilaksanakan, akan tetapi strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan di masa lampau, misalnya pola perilaku bisnis yang telah dilakukan dimasa lampau. Contoh: *McDonals* yang memegang teguh dan melaksanakan secara konsisten prinsip kualitas, pelayanan dan kebersihan, dan itulah strategi perusahaan *McDonalds*. Contoh lain yang sejak awal secara konsisten menjual mobil mahal atau disebut dengan “*High-end strategy*”, seperti Mercedes Benz dan BMW.

Strategi adalah Pola (*Patern*)

Menurut Mintzberg, strategi adalah pola (*strategy is patern*) yang selanjutnya disebut sebagai “*intended strategy*” , karena belum terlaksana dan berorientasi ke masa depan. Atau disebut juga sebagai “*realized strategy*” karena telah dilakukan oleh organisasi.

Strategi adalah Posisi (*Position*)

Strategy is position, yaitu menempatkan produk tertentu ke pasar tertentu yang dituju. Contoh, Perusahaan Rokok Gudang Garam dan Jarum Filter merupakan perusahaan rokok yang paling serius mempromosikan produknya di Indonesia. Strategi sebagai posisi menurut Mintzberg cenderung melihat ke bawah, yaitu ke suatu titik bidik dimana produk tertentu bertemu dengan pelanggan, dan melihat keluar yaitu meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal.

Strategi adalah Perspektif (*perspective*)

Jika dalam P ke dua dan ke tiga cenderung melihat ke bawah dan ke luar, maka sebaliknya dalam persepektif cenderung lebih melihat ke dalam yaitu ke dalam organisasi dan ke atas yaitu melihat *grand vision* dari perusahaan atau organisasi.

Strategi adalah Permainan (*Play*)

Ke empat definisi strategi di atas nampak saling berlawanan. Definisi yang kelima adalah lebih independen, yaitu "*strategy is play*". Strategi adalah manuver tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing. Suatu merk, misalnya meluncurkan merk kedua agar posisinya tetap kukuh dan tidak tersentuh, karena merk-merk pesaing akan sibuk berperang melawan merk kedua tadi.

Strategi bisnis yang utama dalam perusahaan adalah bagaimana membangun dan memperbaiki posisi perusahaan dalam persaingan bisnis jangka panjang, adapun 5 prinsip yang harus dipenuhi antara lain :

1. Memberikan jawaban atau reaksi atas perubahan yang sedang terjadi dalam bidang industri perekonomian, politik, hukum dan sebagainya;
2. Berisikan langkah-langkah dan pendekatan untuk menghadapi persaingan;
3. Menciptakan kemampuan dan kesanggupan bersaing yang berkualitas;
4. Menyatakan inisiatif strategi dari tiap departemen fungsional;
5. Menempatkan strategi utama kegiatan operasional perusahaan.

Menurut Hariadi (2003: 34) strategi bisnis merupakan rencana strategi yang terjadi pada tingkat divisi dan dimaksudkan bagaimana membangun dan memperkuat posisi bersaing produk dan jasa perusahaan dalam industri atau pasar tertentu yang dilayani divisi tersebut.

Joewono (2012: 3) mengatakan bahwa strategi bisnis adalah strategi mencapai tujuan yang sering dianalogikan dengan strategi catur, yang dimana sistematika berfikir, penyusunan rencana, kesigapan melangkah, keberanian mengambil resiko dan gairah untuk memenangkan pertandingan merupakan beberapa karakteristik permainan catur yang relevan dengan praktek pengelolaan bisnis.

Menurut Solihin (2012, p196) strategi bisnis berbeda dengan strategi pada level korporat. Strategi di level bisnis ini lebih menfokuskan untuk meningkatkan posisi bersaing produk atau jasa perusahaan di dalam segmen pasar tertentu. Dari

pendapat-pendapat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa strategi bisnis merupakan strategi untuk mencapai tujuan dalam pengelolaan bisnis yang merupakan pedoman untuk rencana strategi suatu perusahaan yang dimaksudkan untuk membangun dan memperkuat posisi bersaing produk atau jasa perusahaan dalam industri.

Menurut Rangkuti (2002: 13) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

Sedangkan menurut David (2006: 18) strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang hendak dicapai. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing. Berbeda dengan pendapat David yang menyebutkan bahwa strategi akan memaksimalkan keunggulan bersaing, Marrus (2002: 31) mengungkapkan bahwa strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Menurut Hamel dan Prahalad dalam Rangkuti (2009:4) strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi” dan bukan dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang 19 baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti

(come competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Siagian (2004:57) menyatakan bahwa strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Berdasarkan definisi dari para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis adalah sebuah kegiatan yang biasa dilakukan oleh para pelaku bisnis untuk memperoleh keunggulan bersaing. Masing-masing pelaku mempunyai beragam metode, struktur dan sistematika yang beragam. Strategi bisnis perusahaan mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetahuan, divestasi, likuidasi dan joint venture.

Tingkatan strategi Menurut Hunger dan Wheelen (2003:24), perusahaan bisnis multidivisional yang besar, biasanya memiliki tiga level strategi, yaitu korporasi, bisnis dan fungsional.

- a. Strategi korporasi Strategi di tingkat korporasi menggambarkan arah perusahaan secara keseluruhan mengenai sikap perusahaan secara umum terhadap arah pertumbuhan dan manajemen berbagai bisnis dan lini produk untuk mencapai keseimbangan portofolio produk dan jasa. Sebagai tambahan, strategi perusahaan adalah:
 - Pola keputusan yang berkenaan dengan tipe-tipe bisnis yang perusahaan sebaiknya terlibat.

- Arus keuangan dan sumber daya lainnya ke dan dari divisi-divisi perusahaan.
 - Hubungan antara perusahaan dengan kelompok-kelompok utama dalam lingkungan perusahaan.
- b. Strategi bisnis Strategi bisnis disebut juga strategi bersaing, biasanya dikembangkan pada level divisi dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk berupa barang atau jasa perusahaan dalam industri khusus atau segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut. Strategi bisnis divisi mungkin menekankan pada peningkatan laba dalam produksi dan penjualan produk dan jasa yang dihasilkan. Strategi bisnis juga sebaiknya mengintegrasikan berbagai aktivitas fungsional untuk mencapai tujuan divisi. Strategi bisnis (persaingan) merupakan salah satu dari overall cost leadership, atau diferensiasi.
- c. Strategi fungsional Strategi fungsional menekankan terutama untuk memaksimalkan sumber daya produktif. Departemen fungsional mengembangkan strategi untuk mengumpulkan bersama-sama berbagai aktivitas dan kompetensi mereka untuk memperbaiki kinerja. Sebagai contoh, strategi khas dari departemen pemasaran adalah mengembangkan cara untuk meningkatkan penjualan pada tahun sekarang agar lebih besar daripada tahun sebelumnya. Dengan menggunakan strategi fungsional pengembangan pasar, departemen pemasaran berusaha menjual produk yang ada sekarang kepada pelanggan yang berbeda pada pasar yang ada atau kepada pelanggan baru di wilayah geografi yang baru.

8. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Dalam strategi pemasaran, ada tiga faktor utama yang menyebabkan terjadinya perubahan strategi dalam pemasaran yaitu :

1. Daur hidup produk

Strategi harus disesuaikan dengan tahap-tahap daur hidup, yaitu tahap pengenalan, tahap pertumbuhan, tahap kedewasaan dan tahap kemunduran.

2. Posisi persaingan perusahaan di pasar

Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan posisi perusahaan dalam persaingan, apakah memimpin, menantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil dari pasar.

3. Situasi ekonomi

Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan situasi ekonomi dan pandangan kedepan, apakah ekonomi berada dalam situasi makmur atau inflasi tinggi.

A. Macam-Macam Strategi Pemasaran diantaranya:

1. Strategi kebutuhan primer

Strategi-strategi pemasaran untuk merancang kebutuhan primer yaitu:

- a. Menambah jumlah pemakai
- b. Meningkatkan jumlah pembeli
- c. Strategi Kebutuhan Selektif

Yaitu dengan cara :

a. Mempertahankan pelanggan misalnya:

1. Memelihara kepuasan pelanggan;
2. Menyederhanakan proses pembelian;
3. Mengurangi daya tarik atau jelang untuk beralih merk;

b. Menjaring pelanggan (*Acquistion Strategier*)

1. Mengambil posisi berhadapan (*head – to heas positioning*)
2. Mengambil posisi berbeda (*differentiated positin*)

Secara lebih jelas, strategi pemasaran dapat dibagi kedalam empat jenis yaitu:

1. Merangsang kebutuhan primer dengan menambah jumlah pemakai.
2. Merangsang kebutuhan primer dengan memperbesar tingkat pembelian.
3. Merangsang kebutuhan selektif dengan mempertahankan pelanggan yang ada.
4. Merangsang kebutuhan selektif dengan menjaring pelanggan baru.

B. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda. Atau segmentasi pasar bisa diartikan segmentasi pasar adalah proses pengidentifikasian dan menganalisis para pembeli di pasar produk, menganalisa perbedaan antara pembeli di pasar.

1. Dasar-dasar dalam penetapan Segmentasi Pasar

Dalam penetapan segmentasi pasar ada beberapa hal yang menjadi dasarnya yaitu:

1. Dasar – dasar segmentasi pasar pada pasar konsumen
 - a. Variabel geografi, diantaranya : wilayah, ukuran daerah, ukuran kota, dan kepadatan iklim.
 - b. Variabel demografi, diantaranya : umur, keluarga, siklus hidup, pendapatan, pendidikan, dll
 - c. Variabel psikologis, diantaranya : kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian.
 - d. Variabel perilaku pembeli, diantaranya : manfaat yang dicari, status pemakai, tingkat pemakaian, status kesetiaan dan sikap pada produk.
2. Dasar–dasar segmentasi pada pasar industri
 - a. Tahap 1: menetapkan segmentasi makro, yaitu pasar pemakai akhir, lokasi geografis, dan banyaknya langganan.
 - b. Tahap 2: yaitu sikap terhadap penjual, ciri – ciri kepribadian, kualitas produk, dan pelanggan.
2. Syarat segmentasi Pasar :

Ada beberapa syarat segmentasi yang efektif yaitu :

 - a. Dapat diukur
 - b. Dapat dicapai
 - c. Cukup besar atau cukup menguntungkan
 - d. Dapat dibedakan
 - e. Dapat dilaksanakan

3. Tingkat Segmentasi Pasar

Karena pembelian mempunyai kebutuhan dan keinginan yang unik. Setiap pembeli, berpotensi menjadi pasar yang terpisah. Oleh karena itu segmentasi pasar dapat dibangun pada beberapa tingkat yang berbeda.

a. Pemasaran massal

Pemasaran massal berfokus pada produksi massal, distribusi massal, dan promosi massal untuk produk yang sama dalam cara yang hampir sama keseluruhan konsumen.

b. Pemasaran segmen

Pemasaran segmen menyadari bahwa pembeli berbeda dalam kebutuhan, persepsi, dan perilaku pembelian.

c. Pemasaran ceruk

Pemasaran ceruk (marketing niche) berfokus pada sub group didalam segmen-segmen. Suatu ceruk adalah suatu group yang didefinisikan dengan lebih sempit.

d. Pemasaran mikro

Praktek penyesuaian produk dan program pemasaran agar cocok dengan citarasa individu atau lokasi tertentu. Termasuk dalam pemasaran mikro adalah pemasaran lokal dan pemasaran individu.

4. Manfaat Segmentasi Pasar

Sedangkan manfaat dari segmentasi pasar adalah:

- a. Penjual atau produsen berada dalam posisi yang lebih baik untuk memilih kesempatan- kesempatan pemasaran.

- b. Penjual atau produsen dapat menggunakan pengetahuannya terhadap respon pemasaran yang berbeda-beda, sehingga dapat mengalokasikan anggarannya secara lebih tepat pada berbagai segmen.
- c. Penjual atau produsen dapat mengatur produk lebih baik dan daya tarik pemasarannya

C. Menentukan Pasar Sasaran

Langkah-langkah dalam menentukan pasar sasaran yaitu :

1. Langkah pertama

Menghitung dan menilai potensi keuntungan dari berbagai segmen yang ada

2. Langkah kedua

Mencatat hasil penjualan tahun lalu dan memperkirakan untuk tahun yang akan datang.

Table II.1 : Penelitian Terdahulu

No	Tahun	Nama	Judul Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Lokasi Penelitian	Kesimpulan
1	2	3	4	5	6	7	8
	2017	Shinta Nurafni Untari	Strategi Pemasaran Mobil Merek Daihatsu Pada Dealer Daihatsu Jember	Variabel Terikat (Y): Strategi Pemasaran	Kualitatif	Dealer Daihatsu Jember	.berdasarkan analisis SWOT pada dealer Daihatsu jember posisi perusahaan berada pada kuadran I artinya strategi pemasaran yang sesuai untuk dealer Daihatsu jember adalah strategi agresif
	2016	Akbar Riswandi	Analisis Strategi Bersaing Rumah Makan (Rumah Makan Darisa Café Campus)	1. Barang 2. Kemasan 3. Merek 4. Pelayanan	Analisa SWOT	Kampus Universitas TADULAKO	Menunjukkan bahwa internal strategic factor analysis summary (IFAS). Hasil factor kekuatan rumah makan darisa café campus memiliki skor1,97

Sumber : Modifikasi Penulis 2019

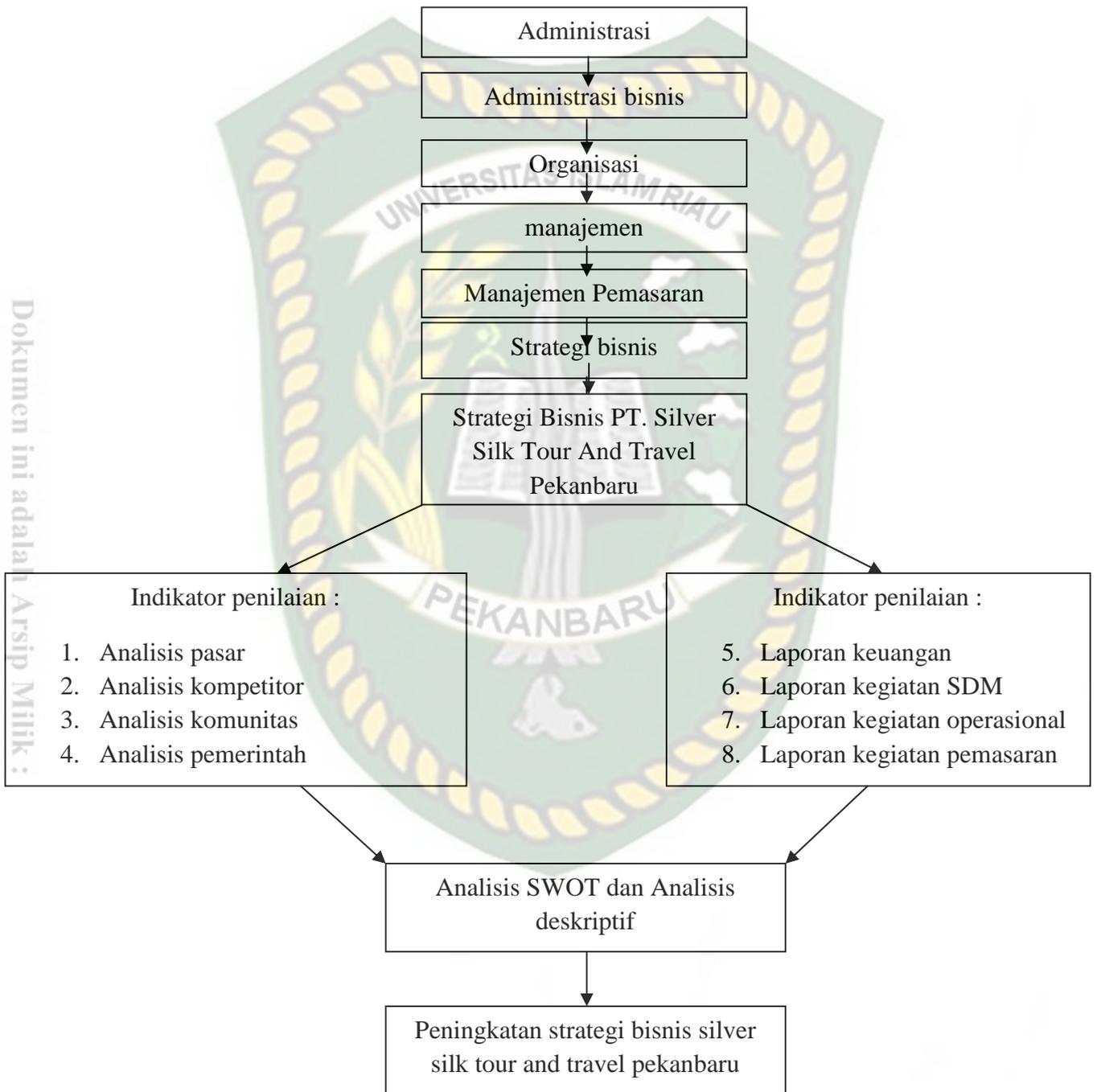
No	Tahun	Nama	Judul Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Lokasi Penelitian	Kesimpulan
1	2	3	4	5	6	7	8
	2009	Wibowo Kuntjoro dan Nurul Safitri	Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial	Kuantitatif	Persaingan Usaha	PT. Asuransi Jasindo (Persero)	Garuda akan memiliki pangsa pasar yang relatif tinggi dalam [pertumbuhan pasar industri transportasi udara yang relatif tinggi
	2016	Claudia vanesha pitoy	Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Dokumen Solution (Pada Pt Astragrapia, Tbk Manado	Deskriptif Kualitatif	Bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih	PT. Astragrapia, Tbk Cabang Manado Jl. A. A. Maramis Kairagi	PT. Astagrapia dalam mempertahankan target penjualan yang ditetapkan perusahaan pusat dan juga target dari cabang
	2016	Ingrid Yuninda Mayasari dan Ratih Indriani	Analisis Strategi Bersaing Pada PT. Citra Surya Pacific	Analisa peluang Analisis konsumen Penetapan harga	Kualitatif Deskriptif	Jl. Siwalan kerto 121-131, Surabaya	Perusahaan selalu melakukan control kualitas dalam mengontrol dan mengevaluasi

B. Kerangka Pikir

Dalam penelitian mengenai strategi bisnis di kota pekanbaru pada PT.silver silk tour and travel ini,kerangka pikir yang penulis sajikan akan membantu untuk memberi gambaran usaha yang akan di teliti melalui penelitian tentang strategi bisnis ini. Kita bisa mengetahui seperti apa strategi bisnis pada silver silk tour and travel pekanbaru dengan tour and travel lain.



Gambar II.11 : “Kerangka Pikir Strategi Bisnis Pada PT. Silver Silk Tour And Travel Pekanbaru”.



Sumber : Modifikasi Penulis 2019

C. Konsep Operasional

Untuk memperoleh kesamaan pendapat maka perlu dikemukakan batasan mengenai konsep operasional yang digunakan sehubungan dengan tujuan penelitian ini adalah:

1. Organisasi adalah wadah atau tempat terselenggaranya administrasi, didalamnya terjadi berbagai hubungan atas individu maupun kelompok baik dari organisasi itu sendiri maupun keluar organisasi, terjadi proses pembagian tugas dan berlangsung proses aktifitas berdasarkan kinerja masing-masing.
2. Manajemen adalah suatu ilmu atau seni yang terdiri dari planning, organizing, actuating, dan controlling yang berguna untuk mencapai tujuan dalam organisasi melalui orang lain.
3. Manajemen pemasaran adalah seni menjualkan produk baik barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen.
4. Strategi bisnis adalah tindakan yang dilakukan oleh pengusaha untuk mencapai tujuan bisnis dan untuk mengamankan posisi kompetitif di pasar.
5. Silver silk adalah perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang tour and travel yang berada di kota pekanbaru riau.
6. Analisis pasar merupakan upaya penganalisan masalah di pasar untuk kemudian dipelajari.
7. Analisis kompetitor adalah proses mempelajari kondisi kompetitor sebuah usaha.
8. Analisis komunitas adalah penganalisaan suatu kelompok yang berhubungan dengan silver silk tour and travel.

9. Analisis pemerintah adalah penganalisaan pemerintah terkait usaha silver silk tour and travel pekanbaru.
10. Laporan keuangan adalah laporan yang berkaitan dengan pemasukan dan pengeluaran silver silk tour and travel pekanbaru.
11. Laporan kegiatan sumber daya manusia adalah laporan seputar aktivitas SDM.
12. Laporan kegiatan operasional adalah laporan seluruh kegiatan di silver silk tour and travel.
13. Laporan kegiatan pemasaran adalah seluruh laporan aktivitas pemasaran yang dilakukan usaha.
14. *Strengths* (kekuatan) adalah kekuatan yang dimiliki sebuah organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuannya.
15. *Weakness* (kelemahan) adalah kelemahan yang dimiliki suatu organisasi atau perusahaan yang akan menghambat organisasi atau perusahaan dalam mencapai tujuannya.
16. *Opportunity* (kesempatan) adalah peluang yang dimiliki suatu organisasi atau perusahaan yang datang baik dari lingkungan internal maupun eksternal organisasi atau perusahaan yang dapat membantu organisasi atau perusahaan tersebut dalam mencapai tujuannya.
17. *Threat* (ancaman) adalah ancaman yang datang kepada organisasi atau perusahaan yang dapat mengancam pencapaian tujuan dan suatu organisasi atau perusahaan.

D. Operasional Variabel

Untuk memudahkan memahami arah penelitian ini yang terdiri dari satu variabel dengan beberapa indikator, maka dilakukan operasional variabel sebagaimana yang tertuang pada table berikut:

Tabel II.III : Strategi Bisnis Pada PT. Silver Silk Tour and Travel Pekanbaru.

Konsep	Variabel	Indikator	Sub indikator
Faktor utama yang menentukan strategi bisnis jasa nasional. Yaitu kondisi faktor. Kondisi permintaan. Jumlah konsumen. Menurut Mintzberg ada 5 P mengenai strategi yaitu: <i>(plan),(patern),(position),(perspective)</i> , dan <i>(play)</i> .	Strategi bisnis	1.Analisis pasar 2.Analisis kompetitor 3.Analisis komunitas 4.Analisis pemerintah 5.Laporan keuangan 6.Laporan kegiatan SDM 7.Laporan kegiatan operasional 8.Laporan kegiatan pemasaran	Sumber daya alam Sumber daya manusia Ilmu pengetahuan dan teknologi Modal Mutu jasa Menjaga hubungan dengan orang lain maupun perusahaan Enjaga nilai atau nama perusahaan Memperbaiki pelayanan Menurunkan harga dan biaya Meningkatkan produktivitas

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif yaitu tipe yang mengumpulkan, menyusun, menginterpretasikan dan menganalisa data sehingga memberikan keterangan lengkap mengenai perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, karena peneliti ini berusaha untuk mengetahui strategi bisnis pada silver silk tour and travel pekanbaru melalui wawancara dengan pelaku usaha dan juga mengamati secara langsung bagaimana kondisi serta antusias konsumen dengan silver silk tour and travel pekanbaru. Metode kualitatif digunakan dengan alasan karena permasalahan belum jelas,holistik,komplek,dinamis,dan penuh makna menurut (Sugiyono, 2012:292).

Metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metoden penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pemahaman makna, dan mengkonstruksi fenomena dari pada generalisasi (Sugiyono, 2017:26).

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada “PT.SILVER SILK TOUR AND TRAVEL” Pekanbaru, yang beralamat di jalan Arifin Ahmad Kota Pekanbaru. Alasan penulis mengambil lokasi tersebut dikarenakan silver silk merupakan salah satu bisnis yang sangat berkembang saat ini di kota Pekanbaru Riau.

C. Sampel Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi Spradley dinamakan “*social situation*” atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen yaitu: tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Situasi sosial tersebut, dapat di rumah berikut keluarga dan aktivitasnya, atau orang-orang di sudut-sudut jalan yang sedang ngobrol tentang pelayanan atau ditempat kerja, di kota, desa, di perusahaan atau wilayah suatu negara. Sampel dalam penelitian kualitatif, juga bukan disebut sampel statistic, tetapi sampel teoritis, karena tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menghasilkan teori (Sugiyono, 2017:443-444)

D. Teknik Penarikan Sampel

Dalam penelitian kualitatif, teknik sampling yang sering digunakan adalah *purposive sampling*, dan *snowball sampling*. Seperti telah dikemukakan bahwa, *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar. Hal ini dilakukan karena dari jumlah sumber data yang sedikit itu belum mampu

memberikan data yang lengkap dan pasti, maka mencari orabf lain lagi yang dapat digunakan sebagai sumber data (Sugiyono, 2017:446)

E. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan smber data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer yaitu data utama yang diperoleh langsung dari seluruh pelaku usaha bisnis silver silk. Adapun yang dapat digunakan untuk mencari data primer yaitu observasi,diskusi terfokus,serta wawancara mengenai analisis daya saing usaha bisnis di kota pekanbaru (studi usaha bisnis di pekanbaru)
2. Data sekunder merupakan sumber data dan informasi yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), buku literatur, internet, jurnal, serta bacaan lain yang berhubungan dengan penelitian yang digunakan sebagai data penunjang.

F. Teknik dan Pengumpulan Data

Tehnik yang digunakan penulis dalam pengumpulan data penelitian ini yaitu:

1. Wawancara

Wawancara menurut Susan Stainback (1988) *interviewing provide the researcher a means to gain a deeper understanding of how the participant interpret a situation of phenomenon than can be gained through observation along*. Jadi dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi (dalam Sugiyono, 2017:466).

2. Observasi

Observasi menurut Nasution (1988) adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi (dalam Sugiyono, 2017:457).

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk gambar, tulisan, atau karya dari seseorang. Contoh dokumen yang berbentuk tulisan adalah biografi, sejarah, kebijakan. Sedangkan dokumen yang berbentuk gambar seperti foto, sketsa, dan gambar. Dokumentasi dan arsip merupakan sumber data penting karena mengingat penelitian ini juga berhubungan dengan latar belakang peristiwa yang telah terjadi yang berkaitan dengan kondisi saat sekarang ini.

4. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi melalui berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian ini. Data dan informasi dapat diperoleh melalui buku-buku, internet, jurnal, tesis, serta skripsi.

G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2006:19) Analisis SWOT adalah suatu analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats). Bertujuan untuk menentukan usaha yang realistis, sesuai dengan kondisi

perusahaan dan oleh sebab itu lebih mudah tercapai setiap perusahaan dapat mempergunakan teknik analisis SWOT.

Menurut Griffin (2004:229) Analisis SWOT adalah salah satu langkah yang paling penting dalam memformulasikan strategi, dengan menggunakan misi organisasi sebagai konteks, manajer mengukur kekuatan dan kelemahan inte dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan. - Opportunities (Peluang) Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.

Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan. - Threats (ancaman) Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan.

Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor eksternal dan internal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT.

SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara factor eksternal peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) dengan faktor internal kekuatan

(Strengths) dan kelemahan (Weaknesses). Secara umum terdapat dua metode pendekatan dalam analisis SWOT yaitu (1) pendekatan perencanaan strategis dengan pemberian skor, dan (2) pendekatan analisis tanpa pemberian skor (Djumara 2007:6) dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Pendekatan Analisis SWOT dengan Pemberian Skor Universitas Sumatera Utara Analisis yang digunakan dalam pemberian skor yaitu dengan pemberian peringkat dan penyusunan tabel-tabel Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) dan Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI).

Hasil scoring (perkalian bobot dengan peringkat) pada tabel EFE dan tabel EFI dijumlahkan untuk menentukan apakah peluang lebih besar daripada ancaman atau sebaliknya serta apakah kekuatan lebih besar daripada kelemahan atau sebaliknya. Apabila hasil penjumlahan scoring factor-faktor kunci yang merupakan peluang lebih besar daripada penjumlahan scoring factor-faktor kunci yang merupakan ancaman pada tabel EFE maka peluang lebih besar daripada ancaman atau sebaliknya, dan apabila hasil penjumlahan scoring factor-faktor kunci yang merupakan kelemahan pada tabel EFI maka kekuatan lebih besar daripada kelemahan atau sebaliknya.

2. Analisis SWOT Tanpa Pemberian Skor Langkah-langkah dalam metode analisis SWOT tanpa pemberian skor adalah dengan melakukan identifikasi kekuatan dan kelemahan (analisis lingkungan internal) dan identifikasi peluang dan ancaman (analisis lingkungan eksternal). Langkah berikutnya adalah menyusun matriks analisis lingkungan strategis (matriks SWOT) untuk menganalisis hubungan interaksi antara peluang dengan kekuatan, peluang dengan kelemahan, ancaman

dengan kekuatan, dan ancaman dengan kelemahan. Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis usaha.

Matriks SWOT ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman Universitas Sumatera Utara eksternal yang dihadapi usaha dan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh usaha sehingga dapat diterapkan strategi bersaing yang tepat. Menurut Freddy Rangkuti (2009:31) alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Menurut Jatmiko (2003 : 179) Matriks SWOT adalah suatu alat yang penting yang dapat membantu para manajer mengembangkan tipe strateginya yang terdiri dari empat kemungkinan, yaitu perpaduan antara Kekuatan-Peluang (SO), Perpaduan antara Kelemahan-Peluang (WO), Perpaduan antara Kekuatan-Ancaman (ST), dan perpaduan antara Kelemahan-Ancaman (WT) Cara kerja analisis SWOT disini menggunakan matrik dengan memasukkan faktor-faktor lingkungan internal (IFAS) serta memasukkan faktor-faktor lingkungan eksternal pada sel vertical yang berupa peluang dan ancaman yang dapat diketahui dari hasil analisis lingkungan eksternal (EFAS). Lingkungan Eksternal adalah suatu

kekuatan, suatu kondisi, suatu keadaan, suatu peristiwa yang saling berhubungan dimana organisasi / perusahaan tidak mempunyai kemampuan atau sedikit kemampuan untuk mengendalikan atau mempengaruhi. Dalam Freddy Rangkuti (2009:22) disebutkan bahwa :

1. Analisis Lingkungan Internal Untuk mendapatkan data internal dapat diperoleh dari dalam perusahaan seperti:

- a. laporan keuangan
- b. laporan kegiatan sumber daya manusia
- c. laporan kegiatan operasional
- d. laporan kegiatan pemasaran

2. Analisis Lingkungan Eksternal Untuk mendapatkan data eksternal dapat diperoleh dari luar perusahaan seperti:

- a. Analisis pasar
- b. Analisis competitor
- c. Analisis komunitas
- d. Analisis pemasok
- e. Analisis pemerintah
- f. Analisis kelompok kepentingan tertentu

Manfaat SWOT Secara umum manfaat yang diperoleh usaha dalam menggunakan teknik SWOT adalah untuk menemukan unsur-unsur kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki usaha. Dengan mengetahui unsur-unsur tersebut maka usaha akan lebih berhati-hati dalam menyusun strategi.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

H. Jadwal kegiatan penelitian

Tabel III.I : Perincian Jadwal Kegiatan Penelitian Strategi Bisnis Pada PT.

Silver Silk Tour And Travel Pekanbaru

No	Kegiatan	Bulan dan minggu tahun 2019-2020															
		April – mei				juni-juli				agustus-september				oktober-november			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan dan penyusunan UP																
2	Bimbingan proposal																
3	Ujian proposal																
4	Revisi proposal																
5	Rekomendasi survey																
6	Penelitian lapangan																
7	Penelitian dan analisa data																
8	Penyusunan laporan penelitian (skripsi)																
9	Konsultasi perbaikan skripsi																
10	Ujian skripsi																
11	Revisi skripsi																
12	Pengandaan serta penyerahan skripsi																

BAB IV

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah singkat perusahaan

PT. Silver Silk Tour & Travel pekanbaru merupakan perusahaan jasa milik bapak H. Edy yang didirikan pada tanggal 12 Januari 2001 di Pekanbaru. PT. Silver Silk Tour & Travel berada di jalan arifin ahmad Pekanbaru, dengan Sk Kementerian Agama RI (Umroh): No. D / 474 Tahun 2012.

Dari beberapa perusahaan jasa yang dikenal oleh masyarakat khususnya riau. PT. Silver Silk Tour & Travel pekanbaru merupakan sebuah perusahaan yang berkembang cukup pesat pada saat ini, perusahaan ini terdiri dari 14 cabang di berbagai daerah dan kantor pusat berada di jalan arifin ahmad kota pekanbaru riau. Perusahaan ini bergerak dalam bidang Tour & Travel yang memfokuskan diri dalam bidang penyelenggaraan pelayanan ibadah Haji dan Umrah, serta paket perjalanan lainnya. PT. Silver Silk Tour & Travel sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa perjalanan ibadah Haji dan Umrah mempunyai motto “solusi tepat untuk kualitas ibadah anda”. Selain itu baru-baru ini perusahaan ini juga mengembangkan sayapnya dibidang kuliner seperti cafe dan restoran serta cucian mobil yang ber alamat di :

- Restorant di jalan arifin ahmad pekanbaru
- Cafe di jalan soekarno hatta (simpang pasar pagi) pekanbaru
- Car wash di jalan adi sucipto pekanbaru.

Tabel IV.1 : Lokasi cabang perusahaan silver silk tour&travel

NO	LOKASI
1.	Pekanbaru
2.	Tembilahan
3.	Bengkalis
4.	Bangkinang
5.	Air tiris
6.	Pasir pangaraian
7.	Ujung batu
8.	Duri
9.	Dumai
10.	Padang
11.	Bukit tinggi
12.	Jambi
13.	Batam
14.	Lombok

B. Struktur organisasi perusahaan

Struktur organisasi memiliki peranan yang sangat penting di dalam sebuah organisasi. Tanpa struktur organisasi yang baik dan efektif, maka akan sulit suatu organisasi dalam menjalankan aktivitas yang sistematis dan efisien dalam mencapai tujuannya. Dengan demikian dapat kita pahami bahwa struktur organisasi sebagai penentu suatu organisasi dalam mencapai tujuannya. Dalam hal

ini suatu struktur organisasi selalu terdapat unsur atau elemen-elemen sebagai berikut :

1. Adanya pimpinan dan sekelompok manusia yang akan dipimpin
2. Terdapatnya tujuan yang akan dicapai serta adanya suatu kerjasama
3. Adanya wewenang dan tanggung jawab

Dalam hal ini, pimpinan sebagai pengambil keputusan dalam organisasi yang dipimpinnya dan mempunyai tanggung jawab terhadap organisasi tersebut. Pimpinan juga harus mampu menciptakan keadaan dan kondisi yang membuat karyawannya merasa terikat dengan organisasi dan selalu memaksimalkan potensi dan peluang yang dimiliki oleh organisasi.

Agar fungsi organisasi dapat berjalan dengan maksimal, untuk itu diperlukan struktur organisasi sebagai wujud dari pembagian tugas dan wewenang serta menggambarkan tentang pola komunikasi dan aktivitas didalam organisasi tersebut. Dengan adanya struktur organisasi diharapkan pekerja akan lebih mudah dan tanggap dalam menjalankan tugas dan fungsinya serta mengetahui siapa yang menjadi pemimpin maupun bawahan. Agar lebih jelas dapat dilihat dibawah ini.

Struktur kepengurusan PT. Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru berdasarkan SK Kementerian RI (Umrah): No. D/474 Tahun 2012 diantaranya :

Direktur : fitriyadi, SE

Komisaris : novrina

Manajer : Much Chozin Sofyan

Kasir : Vera Waty, Amd

Kasir : Permadi Putra Domo

CSO Haji : Ika Pratiwi

CSO Haji : Reffi Sartika

CSO Haji : Verissya Oktarika

CSO Umrah : Sri Wahyuni

CSO Umrah : Ratih Wulandari

CSO Umrah : Afriyenti

Dokumen : Siti Aisyah

Dokumen : Desy. A

CSO Tour : Febri Yanti

CSO Tour : Delly Yari Syahfitri

CSO Tiketing : Rissutari

Lapangan : Yudha Mandana Pratama

Lapangan : Putra

Lapangan : Masnur

Lapangan : Heppi Candra2

Rincian tugas dan tanggungjawab

Adapun uraian tugas dari masing-masing tingkatan dalam struktur organisasi PT. Silver Silk Tour & Travel adalah:

1. Direktur

- a. Menetapkan tujuan dan kebijaksanaan perusahaan yang harus dicapai dalam periode tertentu.
- b. Mengesahkan rencana kerja perusahaan dalam periode tertentu.

- c. Mengawasi pelaksanaan rencana kerja secara keseluruhan.
- d. Mewakili badan usaha diluar perusahaan.
- e. Mengurus dan menangani kekayaan perusahaan.

2. General Menejer

- a. Melaksanakan kebijakan yang telah ditetapkan oleh dirktur.
- b. Bertanggung jawab atas kemajuan dan kemunduran perusahaan.
- c. Menandatangani surat-surat yang bersifat prinsipil.
- d. Membuat program kerja perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang.
- e. Menjaga nama baik perusahaan.
- f. Bertanggung jawab dan memberikan laporan tahunan mengenai laba dan rugi kepada direktur.

3. Keuangan

- a. Menangani keuangan perusahaan.
- b. Mengatur pembukuan perusahaan.
- c. Bekerjasama dengan para menejer diperusahaan agar perusahaan dapat beroperasi seefesien mungkin.

4. Haji dan umrah

- a. Menguasai dengan baik informasi mengenai produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan memberikan informasi selengkap-lengkapnyanya kepada pelanggan.

- b. Melakukan pelayanan Haji dan Umrah kepada pelanggan.
- c. Membuat, menjual dan menyelenggarakan paket wisata Haji dan Umrah dan mengurus dokumen-dokumen perjalanan untuk keperluan Haji dan Umrah.
- d. Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berhubungan dengan Haji dan Umrah, seperti mengecek kuota haji yang diberikan dari Departemen Agama.
- e. Bersedia mentaati peraturan yang berlaku dalam perusahaan.

5. Dokumen

- a. Mendata semua kelengkapan dokumen konsumen.
- b. Menyimpan semua arsip dokumen konsumen.
- c. Menjaga dengan baik semua kelengkapan konsumen.
- d. Membuat daftar kelengkapan dokumen konsumen.
- e. Bertanggung jawab atas semua kelengkapan dokumen konsumen.

6. *Ticketing dan Tour*

- a. Menguasai dengan baik informasi mengenai produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan memberikan informasi selengkap-lengkapnyanya kepada pelanggan.
- b. Melakukan penjualan paket-paket Tour.
- c. Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berhubungan dengan tiket, seperti mengecek status ketersediaan tiket maskapai yang dibutuhkan untuk perjalanan.

- d. Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berhubungan dengan pengurusan jadwal perjalanan konsumen, jumlah peserta, serta mengecek setatus ketersediaan kamar hotel yang dituju oleh pelanggan.
- e. Melakukan pemesanan tiket terhadap maskapai penerbangan yang dilakukan oleh pelanggan.
- f. Bersedia mentaati peraturan yang berlaku dalam perusahaan.

7. Lapangan

- a. Bertanggungjawab terhadap pengaturan dan mengarahkan jamaah.
- b. Menyebarkan kalender dan brosur.
- c. Membawa dan mengurus perlengkapan jamaah.
- d. Mengantar perlengkapan kesetiap kantor cabang.

C. Visi dan Misi PT. Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru

Visi dari PT. Silver Silk Tour & Travel adalah “memjadi perusahaan penyelenggara Haji dan Umrah yang terpercaya”. Misi PT. Silver Silk Tour & Travel adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan peroduk Haji dan Umrah yang variatif dan berkualitas untuk kepuasan bagi setiap jamaah.
2. Peningkatan kepercayaan jamaah dengan peningkatan kecepatan layanan dan hubungan berdasarkan kekeluargaan.
3. Pengembangan kantor perwakilan di banyak daerah.
4. Memberikan keuntungan *Share Holder*, manajemen dan karyawan.

D. Aktivitas perusahaan (PT.Silver silk tour and travel)

PT.Silver silk tour and travel adalah perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang Tour & Travel yang memfokuskan diri dalam bidang penyelenggaraan pelayanan ibadah Haji dan Umrah, serta paket perjalanan lainnya.

Perusahaan ini termasuk salah satu perusahaan yang sangat diminati di karenakan perusahaan silver silk ini harganya lebih murah dibandingkan dengan perusahaan jasa lainnya yang berada di pekanbaru, walau pun harganya murah namun silver silk memberikan fasilitas terbaik pada jama'ahnya. Selain itu mengapa silver silk di percaya hingga saat ini tidak lepas dari tanggung jawab perusahaan terhadap jama'ah nya sehingga perusahaan ini tidak pernah membatalkan keberangkatan para jama'ah.

Perusahaan silver silk melakukan promosi berupa brosur dan dari mulut ke mulut saja. Selain karena sudah berdiri lama dan sudah banyak di kenal orang,Lokasi silver silk pekanbaru juga sangat strategis sekali sehingga memudahkan para jama'ah yang ingin mengetahui lebih lanjut mengenai harga serta fasilitas apa saja yang akan di dapatkan, oleh karena itu kebanyakan orang langsung ke kantor yang beralamat di jalan arifin ahmad pekanbaru untuk informasi lebih jelasnya atau sekedar komunikasi via whatsapp yang tertera di brosur.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Informan

Identitas informan merupakan keterangan yang diperoleh dari wawancara yang dilakukan oleh penulis yang berisikan mengenai nama, umur, jenis kelamin, dan pendidikan terakhir dari informan, untuk lebih jelasnya mengenai informan maka dapat dilihat pada keterangan di bawah ini sebagai berikut.

Tabel V.1 : Informan Pemilik Perusahaan

NO	Informan	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Jenis Kelamin		Ju ml ah
				L	P	
1.	Pemilik Perusahaan silver silk tour & travel pekanbaru	52 tahun	SARJANA	1		1
JUMLAH				1		1

Sumber : Modifikasi Penulis, 2020

Dari table diatas diketahui bahwa jumlah informan pemilik perusahaan silver silk tour and travel pekanbaru, jika dilihat dari umur berkisar 52 tahun, jika dilihat dari tingkat pendidikan adalah SARJANA, apabila dari jenis kelamin laki-laki sebanyak 1 orang saja, dari seluruh jumlah informan berjumlah 1 orang.

B. Strategi Bisnis Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru Secara Deskriptif

Strategi bisnis terdiri dari dua kata, yaitu strategi dan bisnis. Kata strategi bisa diartikan sebagai siasat atau ilmu perang. Kata strategi bisa dihubungkan dengan kata lainnya, seperti strategi bisnis, strategi perang, strategi belajar, strategi komunikasi, strategi pemasaran dan masih banyak lainnya. Sedangkan bisnis bisa diartikan sebagai usaha, dagang dan bekerja untuk mencari keuntungan. Maka, dapat difahami strategi bisnis adalah siasat dalam berdagang.

Strategi sebagai instrumen untuk mengembangkan perusahaan dan memantapkan posisinya dalam persaingan yang semakin ketat, merupakan bidang manajemen yang urgen.

Mintzberg mengemukakan 5 P yang sama artinya dengan strategi, yaitu: perencanaan (*plan*), pola (*patern*), posisi (*position*), perspektif (*perspective*), dan permainan atau taktik (*play*).

- a. Strategi adalah Perencanaan (*Plan*)**
- b. Strategi adalah Pola (*Patern*)**
- c. Strategi adalah Posisi (*Position*)**
- d. Strategi adalah Perspektif (*perspective*)**
- e. Strategi adalah Permainan (*Play*)**

Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian penulis akan mengemukakan hasil dari penelitian data sebagai berikut :

1. Analisis Pasar

Analisis pasar adalah proses penilaian dan pengkajian suatu situasi pasar untuk menunjang suatu kegiatan pemasaran. Berikut hasil wawancara peneliti mengenai beberapa aspek yang menjadi sub indikator dalam analisis pasar untuk melihat strategi bisnis sebuah perusahaan :

a. Jenis dan sifat barang/jasa

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan karyawan senior kepercayaan silver silk ibu ferawati di silver silk tour and travel Jl.arifin ahmad pekanbaru riau pada hari senin tanggal 03 february 2020 pukul 14.23 WIB.

“Disini kita fokus menyediakan paket pelayanan umroh-haji plus.”(Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 february 2020 pukul 14.23 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa silver silk tour and travel memfokuskan diri pada pelayanan umroh/umroh plus dan haji/haji plus.

b. Kuantitas dan Kualitas

Setiap produk barang/jasa memiliki kuantitas dan sebuah kualitas yang menjadi keunggulan tersendiri, serta menjadi pembeda dengan yang lainnya.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan karyawan senior kepercayaan silver silk ibu ferawati di silver silk tour and travel Jl.arifin ahmad pekanbaru riau pada hari senin tanggal 03 february 2020 pukul 14.23 WIB.

“berhubung Kami memiliki beberapa pilihan paket seperti silver gold dan platinum maka fasilitasnya sedikit berbeda namun walaupun paket silver tetap

kami berikan pelayanan terbaik dan mesjid juga tidak jauh-jauh. Perbedaannya hanya di hotel saja, lebih dekat dengan mesjid. Selebihnya sama saja.

”(Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat kita ketahui bahwa silver silk memberikan pelayanan dan fasilitas terbaik kepada jama'ahnya hanya terdapat sedikit perbedaan jarak dari hotel ke mesjid dan hotel di silver gold platinum berbeda.

c. Merek dan Harga

Merek sebuah produk menjadi penguat suatu produk yang dipasarkan, karena semakin kuat merek sebuah produk, maka semakin mudah perusahaan tersebut untuk memimpin pasar dan mengalahkan pesaing-pesaing sejenis di pasaran, merek juga merupakan sebuah identitas suatu produk dan menjadi pembeda antara produk yang satu dengan yang lainnya. Sementara harga adalah sebuah unsur yang menjadi penentu tinggi rendahnya permintaan terhadap produk tersebut. (Tjiptono,1997)

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan karyawan senior kepercayaan silver silk ibu ferawati di silver silk tour and travel Jl.arifin ahmad pekanbaru riau pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB.

“Kalau berbicara harga tentu kita juga berbicara kualitas ya, antara silver-platinum hotelnya saja yang berbeda tapi tetap semuanya yang terbaik dan dekat dari mesjid. Dan silver silk cukup murah jika dibandingkan dengan perusahaan jasa lainnya karena kami memberikan fasilitas terbaik untuk para

jama'ah walaupun kebanyakan orang kita pasti memilih paket yang murah/standard namun walau demikian tetap kami berikan yang terbaik ”(Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa silver silk lebih murah di bandingkan dengan perusahaan jasa lainnya. Karena dilihat dari fasilitas terbaik yang mereka berikan untuk para jam'ahnya.

2. Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor merupakan penilaian yang dilakukan untuk melihat keadaan pesaing agar perusahaan atau usaha tidak kalah dengan pesaing yang ada.

a. Pesaing

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan karyawan senior kepercayaan silver silk ibu ferawati di silver silk tour and travel Jl.arifin ahmad pekanbaru riau pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB.

“Justru dengan banyaknya pesaing saat ini membuat kami merasa termotivasi untuk terus meningkatkan pelayanan dan memberikan yang terbaik untuk memanjakan para jama'ah.”(Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkansilver silk menjadikan pesaing sebagai motivasi mereka untuk mempertahankan kepercayaan konsumennya.

b. Pasar Pesaing

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan karyawan senior kepercayaan silver silk ibu ferawati di silver silk tour and travel Jl.arifin ahmad pekanbaru riau pada hari senin tanggal 03 february 2020 pukul 14.23 WIB.

“Pesaing kami juga memiliki pasar yang sama dengan silver silk”.(Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 february 2020 pukul 14.23 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, disimpulkan bahwa pasar pesaing yang harus dikuasai sama dengan pasar yang dimiliki silver silk.

c. Peluang dan Ancaman

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan karyawan senior kepercayaan silver silk ibu ferawati di silver silk tour and travel Jl.arifin ahmad pekanbaru riau pada hari senin tanggal 03 february 2020 pukul 14.23 WIB.

“Kalau masalah peluang itu relatif ya tidak bisa di pastikan kapan perusahaan mendapatkan peluang. Karena perusahaan ini sudah lama berdiri jadi kami tidak perlu menunggu peluang untuk menarik pelanggan. kalau ancaman serius secara hukum sih belum pernah ya,tapi yang namanya manusia ada saja orang-orang yang tidak suka berkomentar dari mulut ke mulut tapi tidak ada yang serius lah yang berdampak buruk ke perusahaan”.(Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 february 2020 pukul 14.23 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat di simpulkan bahwa silver silk tidak lagi mencari peluang karena sudah banyak di kenal masyarakat. Dan untuk ancaman hukum serius belum pernah terjadi.

d. Keunggulan dan Kelemahan Pesaing

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan karyawan senior kepercayaan silver silk ibu ferawati di silver silk tour and travel Jl.arifin ahmad pekanbaru riau pada hari senin tanggal 03 february 2020 pukul 14.23 WIB.

“kita tidak berani mengatakan keunggulan ya biar jama’ah saja yang menilainya dan alhamdulillah banyak yang bolak balik mendaftar untuk berangkat lagi. Tugas kita hanya terus memperbaiki dan memberikan pelayanan terbaik yang kita mampu.”.(Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 february 2020 pukul 14.23 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat kita simpulkan bahwa silver silk tidak mau mengatakan keunggulan mereka biar orang saja yang menilainya.

3. Analisis Komunitas

Analisis komunitas merupakan proses penilaian dan pemantauan terkait kelompok yang terbentuk yang berkaitan dengan Galeri Batik Tabir Riau Rani yang dikenal dengan komunitas, berdasarkan wawancara terkait analisis komunitas akan dipaparkan sebagai berikut :

a. Batas Geografi

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan karyawan senior kepercayaan silver silk ibu ferawati di silver silk tour and travel Jl.arifin ahmad pekanbaru riau pada hari senin tanggal 03 february 2020 pukul 14.23 WIB.

“Kalau untuk batasan tidak ada dek, soalnya cabang silver silk ada di berbagai daerah jadi setiap daerah dapat mendaftar di silver silk.“ .”(Ibu

ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa silver silk mampu menjangkau konsumen diluar kota karena mereka memiliki cabang di berbagai daerah.

4. Analisis Pemasok

Menurut Pujawan 2005, pemasok adalah kelompok baik perusahaan maupun perorangan yang mampu menyediakan kebutuhan pokok sebuah perusahaan atau perorangan lainnya.

a. Pengembangan barang/jasa

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan karyawan senior kepercayaan silver silk ibu ferawati di silver silk tour and travel Jl. Arifin ahmad pekanbaru riau pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB.

“Untuk pengembangan slalu di lakukan ya dek atas intruksi dan izin atasan, seperti meningkatkan fasilitas dan macam-macam paket yang bervariasi agar tidak monoton.”(Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, pengembangan di lakukan langsung oleh perusahaan silver silk atas intruksi pemilik perusahaan.

b. Perencanaan dan Pengendalian

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan karyawan senior kepercayaan silver silk ibu ferawati di silver silk tour and travel Jl.arifin ahmad pekanbaru riau pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB.

“ya tentu, perencanaan dan pengadaan dilakukan sesuai kebutuhan perusahaan”. (Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB).

Berdasarkan wawancara mengenai perencanaan dan pengendalian PT. silver silk melakukannya sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

5. Analisis Pemerintah

Analisis pemerintah adalah sebuah analisis untuk meninjau peran dan kontribusi pemerintah yang dirasakan oleh pelaku usaha khususnya PT.silver silk.

a. Peranan

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan karyawan senior kepercayaan silver silk ibu ferawati di silver silk tour and travel Jl.arifin ahmad pekanbaru riau pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB.

“Kalau untuk peranan sih hanya sebatas izin keberangkatan saja selebihnya tidak ada dek soalnya kan kita perusahaan swasta jadi kita pure bergerak sendiri”.(Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB).

Berdasarkan pengakuan silver silk kalau untuk peranan khusus dari pemerintah tidak ada hanya sebatas izin perjalanan saja karena mereka perusahaan swasta.

b. Kebijakan

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan karyawan senior kepercayaan silver silk ibu ferawati di silver silk tour and travel Jl.arifin ahmad pekanbaru riau pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB.

“untuk kebijakan kembali saya katakan bahwa silver silk murni berdiri sendiri tanpa adanya kebijakan dari pemerintah”. (Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara terkait dengan analisis pemerintah, PT.silver silk tidak ada kebijakan maupun peranan khusus yang dikeluarkan pemerintah.

6. Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah laporan yang berhubungan dengan pemasukan dan pengeluaran PT.silver silk, laporan keuangan juga dapat menggambarkan kondisi suatu usaha atau perusahaan. Berikut hasil wawancara terkait laporan keuangan.

a. Laporan Posisi Keuangan

Berdasarkan wawancara peneliti di silver silk tour and travel jalan arifin ahmad pekanbaru riau dengan Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB

“Kami memiliki laporan posisi keuangan di sistem dan pembukuan. Kita juga sudah memiliki yang ahli mengolah posisi keuangan perusahaan, tapi maaf untuk pembukuannya kami tida bisa menunjukkan ya dek”. (Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB).

b. Catatan Laporan Keuangan

Berdasarkan wawancara peneliti di silver silk tour and travel jalan arifin ahmad pekanbaru riau dengan Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB

Tabir Riau Rani :

“Sama halnya dengan laporan posisi keuangan, catatan laporan keuangan juga Alhamdulillah ada, dari situlah kami melihat untuk perencanaan ditahun selanjutnya”.(Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara terkait laporan keuangan, PT.silver silk tour and travel pekanbaru memiliki laporan keuangan yang sudah disusun oleh tenaga ahli yang memang di siapkan oleh perusahaan untuk mengolah laporan keuangan perusahaan.

7. Laporan Kegiatan SDM

Laporan kegiatan Sumberdaya Manusia adalah laporan yang berhubungan dengan karyawan di silver silk, berikut hasil wawancara terkait hal ini :

a. Rekrutmen dan Seleksi Karyawan

Berdasarkan wawancara peneliti di silver silk tour and travel jalan arifin ahmad pekanbaru riau dengan Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB

“kalau untuk seleksi karyawan kita macam-macam ya dek, ada yang rekrutan dan ada yang mengantar sendiri ke silver silk. Dan untuk standar

pendidikan itu minimal D3”.(Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB).

b. Pelatihan dan Pengembangan SDM

Berdasarkan wawancara peneliti di silver silk tour and travel jalan arifin ahmad pekanbaru riau dengan Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB

”untuk pelatihan hanya untuk karyawan baru saja ya sekitar 6 bulan kemudian training 1 minggu, jika mereka betah dan merasa cocok maka akan di angkat sebagai karyawan tetap” .(Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB).

c. Kompensasi

Berdasarkan wawancara peneliti di silver silk tour and travel jalan arifin ahmad pekanbaru riau dengan Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB

“Kalau kompensasi, materi pasti tentu dikasih ya, dalam bentuk gaji bulanan, kemudian thr dan tips setiap jama’ah yang berhasil di kumpulkan masing-masing karyawan itu pasti ada ya”.(Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB).

d. Evaluasi Kinerja

Berdasarkan wawancara peneliti di silver silk tour and travel jalan arifin ahmad pekanbaru riau dengan Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB

“untuk evaluasi itu kita ada di masing-masing cabang, jadi setiap cabang mana yang paling banyak memberangkatkan jama’ah maka akan di beri reward. Kecuali pusat ya karna pusat pasti jauh lebih banyak memberangkatkan di bandingkan yang di cabang”.(Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara terkait laporan kegiatan SDM ditemukan bahwa PT.silver silk memberikan pelatihan kepada setiap karyawan yang baru saja dan untuk pendidikan minimal dari D3. Dan evaluasi di adakan untuk masing-masing cabang mana saja yang paling banyak memberangkatkan jam’ah.

8. Laporan Kegiatan Operasional

Laporan kegiatan operasional adalah laporan yang berhubungan dengan kegiatan silver silk secara operasional dari awal hingga akhir, berikut hasil wawancara terkait laporan kegiatan operasional silver silk.

a. Pendapatan Laporan Operasional

Berdasarkan wawancara peneliti di silver silk tour and travel jalan arifin ahmad pekanbaru riau dengan Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB

“Untuk laporan operasional kami memiliki, pencatatan dari awal pemberangkatan jama’ah hingga keberangkatan berikutnya.”.(Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB).

b. Penjualan

Berdasarkan wawancara peneliti di silver silk tour and travel jalan arifin ahmad pekanbaru riau dengan Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB

“alhamdulillah meningkat ya sejauh ini belum ada penurunan sih dek”.(Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB).

c. Pemasaran

Berdasarkan wawancara peneliti di silver silk tour and travel jalan arifin ahmad pekanbaru riau dengan Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB

“kalau untuk pemasaran itu kita lakukan melalui instagram, facebook, koran, dan dari mulut ke mulut saja”.(Ibu ferawati silver silk pada hari senin tanggal 03 februari 2020 pukul 14.23 WIB).

Berdasarkan hasil pengamatan (observasi) yang peneliti lakukan di perusahaan silver silk tour and travel jalan arifin ahmad pekanbaru riau, peneliti melihat langsung bahwa pada saat ini perusahaan tersebut jumlah jama'ahnya selalu meningkat, silver silk selalu meningkatkan pelayanannya terus menerus untuk tetap bertahan dikondisi yang seperti apapun serta tetap selalu menjaga kepercayaan jama'ahnya. Kantor silver silk buka dari senin-sabtu dari pukul 08.00-17.00 WIB dan libur hanya pada hari-hari besar saja. Untuk keseluruhan modal yang dimiliki oleh perusahaan silver silk langsung dari owner silver silk sendiri (bapak H. Eddy). Setiap karyawannya mengikuti aturan dan arahan yang

di berikan kepala perusahaan (bapak H. Eddy) untuk setiap adanya kebijakan baru, setiap karyawan ahli pada bidangnya masing-masing. Dan pada saat keberangkatan jama'ah di dampingi oleh satu ustad dari pekanbaru dan satu dari makah/madina jadi setiap satu rombongan yang terdiri dari 40 jama'ah di dampingi oleh 2 ustad, khusus untuk haji itu di berikan tim medis.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada perusahaan silver silk, mereka tidak ada melakukan strategi khusus untuk bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Karena mereka sudah berdiri selama 19 tahun, jadi mereka hanya memupuk yang sudah ada saja. Mereka hanya menjaga kepercayaan para jama'ahnya saja dan meningkatkan layanan maupun fasilitas yang sudah ada agar selalu terjaga.

Untuk dapat mengetahui lebih jelas strategi bisnis dan upaya apa yang dilakukan oleh perusahaan silver silk untuk bersaing dengan perusahaan lain. peneliti akan menggunakan perangkat analisis data berupa diagram SWOT dan matriks SWOT melalui analisis kualitatif sebagai berikut :

C. Strategi Bisnis Silver Silk Tour And Travel Pekanbaru Secara kualitatif

Matriks EFAS dan IFAS

Tabel V.1 : IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*)

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
1	2	3	4
Kekuatan (Strength)			
1. harga murah dengan layanan yang bagus	0,10	3	0,30
2. Memiliki laporan dan catatan keuangan yang jelas	0,15	4	0,60
3. Selalu memberikan kompensasi kepada karyawan	0,45	4	1,80
4. Memiliki modal pribadi yang cukup besar untuk mengolah perusahaan	0,15	3	0,45
5. Memiliki banyak cabang	0,15	2	0,30
Total Kekuatan	1,00		3 , 45

Sumber :Modifikasi Penulis 2020

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
1	2	3	4
Kelemahan (Weakness)			
1. Tidak memiliki strategi khusus untuk perusahaan	0,10	1	0,10
2. Tidak ada pengembangan rutin atau evaluasi kinerja kepada karyawan tetap	0,30	1	0,30
3. Tidak ada promosi khusus yang mengeluarkan biaya	0,20	2	0,40
4. Seleksi karyawan baru kurang ketat	0,30	3	1,90
5. Tidak ada menjalin kerjasama dengan perusahaan lain	0,10	1	0,10
Total Kelemahan	1,00		1,80

Sumber :Modifikasi Penulis 2020

Dari hasil analisis yang diperoleh dengan menggunakan matriks IFAS, didapatkan bahwa antara perkalian bobot dan rating kekuatan dan kelemahan PT. Silver silk pekanbaru ditemukan sebesar 3,45 kekuatan dan 1,80 kelemahan, sehingga diperoleh selisih sebesar 1,65.

Tabel V.2 : EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analysis Summary*)

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
1	2	3	4
Peluang (Opportunity)			
1. Sudah dikenal banyak masyarakat karena sudah lama berdiri	0,20	4	0,80
2. Selalu memberikan fasilitas dan layanan yang terbaik	0,10	3	0,30
3. Selalu memberikan potongan harga/discount	0,25	4	1,00
4. Memiliki <i>Brand image</i>	0,30	4	1,20
5. Tidak ada terikat dengan pihak manapun	0,15	3	0,45
Total Peluang	1,00		3,75

Sumber :Modifikasi Penulis 2020

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
1	2	3	4
Ancaman (Threat)			
1. Adanya omongan-omongan yang ingin menjatuhkan perusahaan	0,20	4	0,40
2. Tidak ada perhatian khusus dari pemerintah	0,20	1	0,20
3. Kurangnya promosi di sosial media	0,30	3	0,90
4. Tidak menjalin kerjasama dengan perusahaan lain	0,30	1	0,30
Total Ancaman	1,00		1,80

Sumber :Modifikasi Penulis 2020

Dari hasil analisis yang diperoleh dengan menggunakan matriks EFAS, didapatkan bahwa antara perkalian bobot dan rating peluang dan ancaman

PT.silver silk pekanbaru ditemukan sebesar 3,90 peluang dan 1,80 ancaman, sehingga diperoleh selisih sebesar 2,1.

1. Matriks SWOT

Berdasarkan analisis matriks SWOT ditemukan beberapa startegi sebagai berikut

Tabel V.3: Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
OPPORTUNITIES (O)	Strategi SO : 1.Menjaga kepercayaan jam'ah dengan meningkatkan kualitas pelayanan 2.Memaksimalkan kejasama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi perusahaan	Strategi WO: 1.Melakukan promosi secara maksimal melalui sosial media maupun perantara orang lain (endorse) 2 .mengatur strategi untuk kelanjutan dan memperkuat posisi perusahaan
THREATS (T)	Strategi ST : 1.Memperkuat eksistensi perusahaan silver silk di kalangannya 2.Mematangkan perencanaan untuk target selanjutnya agar tidak terjadi penurunan penjualan	Strategi WT: 1.selalu memberikan potongan harga untuk menarik para pelanggan 2 .Memberikan pelatihan khusus kepada seluruh karyawan sesuai dengan <i>job desc</i> nya

Sumber : Modifikasi Penulis 2020

a. Strategi SO

Dengan tetap menjaga mutu pelayanan yang sudah terkenal berkualitas oleh pelanggan dapat membuat konsumen yang sudah berlangganan tidak akan lari untuk mencari yang lebih berkualitas, dan dengan memaksimalkan kerjasama dengan perusahaan lain dapat meningkatkan rating perusahaan silver silk khususnya di kota Pekanbaru

b. Strategi ST

Dalam strategi ST karena memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dengan ancaman yang dihadapi, strategi alternatifnya adalah memperkuat eksistensi silver silk dan untuk mengurangi *human error* maka perlu adanya perencanaan target yang lebih matang

c. Strategi WO

Pada strategi ini melakukan promosi secara maksimal mampu menghalau kelemahan yang dimiliki dengan peluang yang ada.

d. Strategi WT

Dalam strategi WT mengadakan diskon menjadi pilihan yang tepat untuk kembali menarik minat konsumen, kemudian pemberian pelatihan kepada karyawan sesuai dengan bidang dan tugasnya masing-masing.

Dari keempat strategi yang ada, strategi SO adalah strategi yang sangat diharapkan oleh seluruh pengusaha, karena berarti usaha sedang berada pada titik aman yang memiliki kekuatan dan juga peluang dipasar.

2. Diagram SWOT

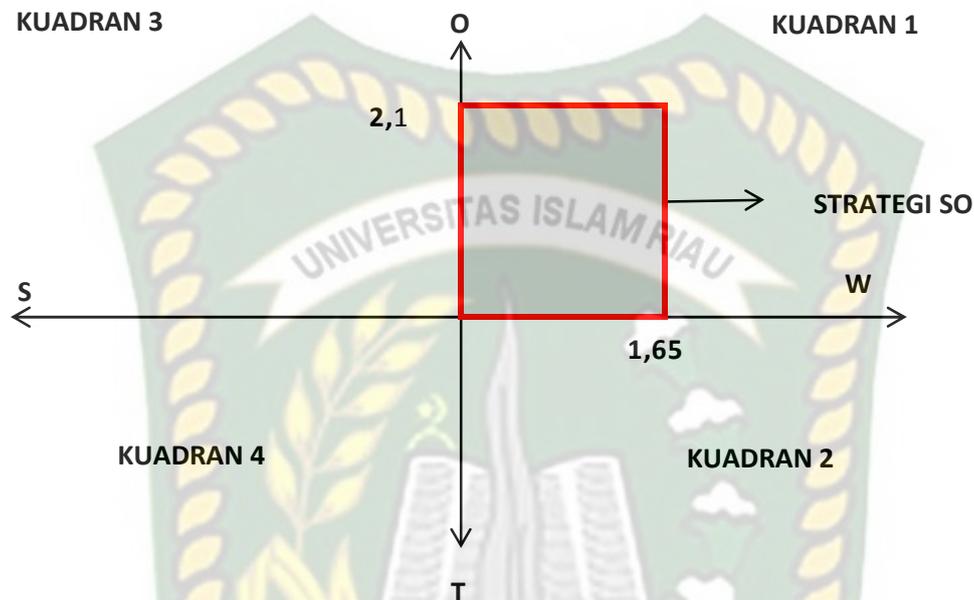
Diagram SWOT dibuat untuk menganalisis lebih lanjut hasil dari matriks IFAS dan EFAS yang telah dijabarkan diatas sesuai dengan pendapat dari pemilik silver silk tour and travel pekanbaru, diagram ini juga akan menjelaskan peluang dan ancaman yang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan silver silk, dan nantinya akan menentukan posisi PT.Silver silk untuk menciptakan strategi yang sesuai.

Kekuatan (S) = 3,45 Peluang (O) = 3,75

Kelemahan (W) = 1,80 Ancaman (T) = 1,80

Selisih S dan W = (+) 1,65 Selisih O dan T = (+) 2, 1.

Gambar V.1 : Diagram SWOT strategi bisnis pada PT.silver silk tour and travel



Modifikasi Penulis 2020

Dari hasil analisis diagram SWOT diatas, menunjukkan bahwa PT.silver silk cocok menggunakan strategi SO karena titik koordinatnya berada pada titik S dan titik O, dengan begitu perusahaan silver silk berada pada kuadran I yang memiliki kekuatan (Strength) di lingkungan internal dan juga memiliki peluang (Opportunity) pada lingkungan eksternalnya.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa, PT.silver silk ini memiliki peluang besar untuk mampu bersaing di kalangannya dengan mengandalkan kekuatan yang dimilikinya yang nantinya akan mendorong PT.silver silk untuk mampu memanfaatkan peluang yang ada. Dengan beradanya silver silk pada kuadran I (agresif) akan membuat perusahaan ini meningkatkan strateginya.

3.1 Startegi SO

Strategi SO adalah bagaimana PT.silver silk memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya untuk dapat menangkap peluang-peluang yang ada, karena dengan menangkap peluang yang ada dapat meningkatkan persaingan dengan perusahaan lain.

Dalam strategi bisnis, strategi SO sangat cocok digunakan untuk menciptakan dan meningkatkan persaingan ,dan strategi S-O yang dimaksud dalah sebagai berikut :

- a. Dengan tetap menjaga pelayanan yang sudah terkenal berkualitas oleh para jama'ah dapat membuat konsumen yang sudah berlangganan tidak akan lari untuk mencari yang lebih berkualitas
- b. memaksimalkan kerjasama dengan perusahaan lain dapat meningkatkan rating

Perusahaan Silver Silk khususnya di kota Pekanbaru dan silver silk dapat lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas.

Dengan melakukan strategi diatas, PT.Silver Silk Tour And Travel dapat meningkatkan persaingannya dengan perusahaan jasa lainnya.

D. Prospek Strategi Bisnis

Menjalankan usaha di bidang jasa khususnya PT.Silver silk bukan lah hal yang mudah, karena banyak didapati hambatan-hambatan seperti modal, tenaga kerja, sistem pemasaran dan promosi yang umumnya dialami oleh perusahaan lainnya.

Dengan memanfaatkan strategi SO yaitu memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki, PT.silver silk dapat meningkatkan penjualan dan persaingan dengan perusahaan jasa lainnya, namun tentunya tetap harus meminimalisir kelemahan yang dimiliki serta ancaman yang mungkin saja harus dihadapi.

Mengurangi kelemahan dalam usaha seperti melakukan promosi secara maksimal dan sesuai dengan keinginan, tidak sekedar promosi saja tetapi membuka stand di setiap event yang ada di pekanbaru maupun luar pekanbaru.

Jika nantinya PT.Silver silk mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada serta meminimalisir sebuah kelemahan dan ancaman yang menghampiri, maka silver silk dapat terus maju dan berkembang serta mampu mempertahankan keunggulan yang dimilikinya.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada PT.Silver silk tour and travel pekanbaru dapat menjawab hipotesis yang telah dikemukakan oleh penulis pada bab II, penulis menarik hipotesis bahwa “Diduga perusahaan silver silk pada dasarnya memiliki kekuatan dan kelebihan, namun belum dikembangkan dan dimaksimalkan strategi bisnisnya terutama di kota Pekanbaru”.

Melalui penelitian ini hipotesis tersebut telah dapat dibuktikan kebenarannya.

BAB VI

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan mengenai strategi bisnis di Kota Pekanbaru pada PT.Silver Silk Tour And Travel Pekanbaru , maka dapat diambil kesimpulan dan saran sebagai bahan masukan bagi pihak-pihak yang terkait terutama bagi pemilik perusahaan PT.silver silk, sebagai berikut :

A. Kesimpulan

1. Analisis pasar dapat disimpulkan bahwa PT.silver silk memiliki pelayanan yang berkualitas pada ibadah haji maupun umrah.
2. Analisis kompetitor, perusahaan silver silk menganggap tidak ada yang benar-benar menghalangi perusahaan ini.
3. Analisis komunitas, Sejauh ini, perusahaan silver silk memiliki sebanyak 14 cabang jadi tidak ada komunitas khusus.
4. Analisis pemerintah, perusahaan silver silk tidak merasakan peranan pemerintah secara khusus, namun hanya sebatas pengurusan beberapa hal untuk perizinan bagi perusahaan saja.
5. Laporan kegiatan SDM, PT.silver silk memiliki sumberdaya manusia yang berkualitas, karena tidak sembarangan orang yang bisa di terima oleh perusahaan.
6. Laporan kegiatan pemasaran, silver silk memiliki pelayanan yang dapat bersaing dengan perusahaan lain karena mutu yang dimilikinya, namun

perusahaan silver silk hanya melakukan promosi sekedar melalui mulut ke mulut dan beberapa brosur/spanduk.

B. Saran

Beberapa saran yang penulis sampaikan dalam penelitian ini :

1. Perusahaan silver silk harus memiliki strategi yang matang agar dapat bersaing dan menjaga serta mempertahankan posisi perusahaan.
2. Saran penulis perusahaan harus lebih maksimal lagi dalam melakukan promosi.
3. Untuk perekrutan karyawan baru harus lebih selektif lagi agar pekerjaan yang dilakukan sesuai dengan keahliannya.
4. Melakukan evaluasi kerja setiap bulan/tahun untuk melihat sejauh mana kinerja para karyawan, memuaskan apa tidaknya.
5. Menjalin kerja sama maupun hubungan baik dengan para perusahaan jasa lainnya baik di kota pekanbaru maupun di luar kota pekanbaru.
6. Selalu menjaga kualitas pelayanan serta konsisten untuk meningkatkan pelayanan agar tidak terjadi penurunan bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, Irra Christiani, 2011. *Pengantar Ilmu Administrasi*. Prestasi Pustakakarya. Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Erlangga. Jakarta
- Mulyono, 2008. *Manajemen Administrasi & Organisasi Pendidikan*. Ar-Ruzz Media. Jogjakarta
- Sutarto, 2006. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Rosdakarya. Bandung
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Suyanto, 2008. *Mengenal Kepemimpinan dan Manajemen*. Mitra Cendikia Yogyakarta. Yogyakarta
- Syafri, Wirman, 2012. *Studi Tentang Administrasi Publik*. Erlangga. Jakarta
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, 2000. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Andi. Yogyakarta
- Uha, Ismail Nawawi, 2013. *Budaya Organisasi Kepemimpinan dan Kinerja*. Kencana. Jakarta
- Zulkifli dan Moris A. Yogia, 2014. *Fungsi-fungsi Manajemen*. Marpoyan Tujuh. Pekanbaru
- Porter, Michael, 1998, The Free Press, USA, Competitive Strategy
- Porter, E Michael, 2007, Strategi Bersaing (*competitive strategy*) Teknik Menganalisis Industry Dan Pesaing, Tangerang: KARISMA Publishing Group.
- Rangkuti Freddy, 1997, *Teknik pembedahan kasus bisnis Analisis SWOT*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Riva'I Veithzal, Bachtiar, Mulyadi Deddy. 2012. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Rajawali Pers
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&G*, Bandung : Penerbit Alfabet
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta : Penerbit Alfabet

Tjiptono Fandy,1997, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta:Penerbit Andi

Zulkifli ,2005. *Pengantar Study Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Pekanbaru: UIR Press

Zulkifli, 2009. *Fungsi-Fungsi Manajemen*. FISIPOL UIR PEKANBARU

JURNAL :

Shinta nurafni untari, 2017, *strategi pemasaran merk daihatsu pada dealer jember*

Saptana, 2010, *Tinjauan Konseptual Mikro-Makro Daya Saing Dan Strategi*

Zulkifli, 2013. *Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Skripsi Dan Kertas Kerja Mahasiswa*. Pekanbaru: Badan Penerbit FISIPOL UIR