

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC) yang bertajuk *The Muslim 500: The World's 500 Most Influential Muslims 2024*, Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia. RISSC mencatat, jumlah populasi muslim di Indonesia mencapai 240,62 juta jiwa pada 2023.¹ Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar, Indonesia memiliki masyarakat yang tentunya ingin menjalankan segala ibadah yang diperintahkan dalam agama Islam dengan semaksimal mungkin. Salah satu ibadah yang wajib dilakukan oleh umat Islam, ialah ibadah haji.

Dalam melakukan ibadah Haji dan Umrah, masyarakat tentu membutuhkan adanya peran dari pemerintah melalui jasa biro perjalanan atau Travel Haji dan Umrah yang diberikan izin secara langsung oleh pemerintah. Berdasarkan data HIMPUH, tercatat terdapat 422 biro perjalanan haji dan umrah di Indonesia, dengan 187 di antaranya berada di Jakarta.² Di Jakarta, tingkat persaingan di pasar travel haji dan umrah cukup tinggi. Ada banyak agen travel yang menawarkan paket-paket perjalanan untuk ibadah haji dan umrah, mulai dari yang menawarkan harga bersaing

¹ Royal Al-Bayt For Islamic Thought, *The Muslim 500 : The World's 500 Most Influential Muslim, 2024*, Amman : Royal Al-Bayt For Islamic Thought, 2024, hlm. 223.

² Himpuh, "Daftar Anggota Himpuh," diakses dari <<https://himpuh.or.id/daftar-anggota?page=17>>, pada tanggal 03 Juni 2024 pukul 20.10.

hingga yang menawarkan paket eksklusif dengan fasilitas premium. Persaingan ini mendorong agen travel untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan menawarkan berbagai promo untuk menarik perhatian calon jamaah. Faktor-faktor seperti kualitas layanan, harga paket, dan dukungan fasilitas menjadi pertimbangan utama bagi calon jamaah dalam memilih agen travel untuk perjalanan haji dan umrah mereka. Travel haji dan umroh di Indonesia merupakan salah satu industri pariwisata yang berkembang pesat. Indonesia memiliki jumlah umat muslim terbesar di dunia, sehingga permintaan Haji dan Umrah selalu tinggi setiap tahunnya. Keadaan tersebut menjadi tantangan bagi biro penyelenggara Haji dan Umrah untuk meningkatkan kualitasnya agar dapat menarik konsumen dan memiliki keunggulan dalam bersaing. Dengan melihat peluang yang sangat baik, banyak pelaku usaha mulai tertarik untuk memilih sektor ini serta menyebabkan persaingan dalam industri ini semakin ketat.

Dalam lingkungan perusahaan yang sangat kompetitif saat ini, di mana banyak produk dan jasa bersaing untuk menarik perhatian konsumen, pemasaran memiliki peran strategis yang sangat penting. Pemasaran bukan hanya sebuah departemen di dalam Perusahaan. Pemasaran adalah elemen penting yang menjaga keberlangsungan perusahaan dan mendorong ekspansi mereka di pasar yang terus berubah.

Dalam memasarkan produknya, perusahaan harus bisa membaca situasi pasar sekarang hingga masa yang akan datang, apa yang menjadi

kebutuhan ataupun yang menjadi keinginan pelanggan.³ Hal ini dikarenakan dalam pasar selalu terjadi perubahan, maka dari itu pihak perusahaan juga harus selalu menyesuaikan dengan apa yang ada di lingkungan sekitarnya. Lingkungan pemasaran sangat menentukan strategi yang akan dilaksanakan, sebab lingkungan pemasaran sangat menentukan suksesnya pemasaran. Hal yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah bagaimana Perusahaan dapat melihat peluang yang ada untuk dapat mengembangkan serta mempertahankan produk yang ada.

Sebab itulah, dalam mengambil suatu kebijakan strategis Travel Haji dan Umrah perlu menganalisis lingkungan baik itu lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Salah satu tujuan pokok analisis lingkungan adalah untuk mengenali adanya peluang-peluang baru. Setiap perusahaan tentunya memiliki faktor internal dan eksternal yang berbeda. Strategi yang dipergunakan tentunya akan berbeda-beda pula. Strategi yang dipergunakan oleh suatu perusahaan belum tentu dapat dipergunakan oleh Perusahaan lain. Evaluasi kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan akan mendorong kearah perbaikan dan peningkatan kekuatan Perusahaan, sedangkan evaluasi peluang dan ancaman mendorong perusahaan untuk mengetahui peluang apa yang dapat dipergunakan dalam meningkatkan keuntungannya, serta dapat mengurangi ancaman dari luar perusahaan yang akan mengganggu kinerja Perusahaan.

³ F Ulfah et al., "Analisis Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Keju Lasi)," *Jurnal Pendidikan ...*, 5 (2021), hlm. 2795–2805
<<https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/1277%0Ahttps://www.jptam.org/index.php/jptam/article/download/1277/1146>>.

Dalam menganalisis lingkungan Travel Haji dan Umrah maka dapat digunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan kajian sistematis terhadap faktor-faktor kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) internal perusahaan dengan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) lingkungan yang dihadapi perusahaan.⁴ Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam penggunaan analisis SWOT adalah dengan melakukan analisis dan diagnosis lingkungan baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal organisasi. Analisis lingkungan merupakan suatu proses monitoring yang dilakukan oleh penyusun strategi terkait sektor-sektor lingkungan untuk melakukan kesempatan kegiatan (peluang) dan ancaman-ancaman bagi perusahaan, sedangkan diagnosa lingkungan berisi tentang keputusan manajerial yang dibutuhkan dengan cara menilai signifikan data kesempatan dan ancaman dari analisis lingkungan.

Gaido Travel and Tours merupakan sebuah Perusahaan Travel Haji dan Umrah yang berdiri dibawah perundang-undangan Republik Indonesia. *Gaido Travel and Tours* berdiri secara resmi pada tahun 2003 di Jakarta Pusat. *Gaido Travel and Tours* sudah memiliki 72 cabang yang berada di beberapa daerah. *Gaido Travel and Tours* menjual berbagai macam produk yaitu paket Haji dan Umrah, paket domestik dan juga paket wisata halal ke beberapa negara.⁵ *Gaido Travel and Tours* harus memiliki program dan target terhadap program tersebut. Program tersebut berupa produk- produk

⁴ Regia Nadila Pradini, "Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Di Desa Kedungturi Kabupaten Sidoarjo," *Jurnal Pemerintahan Dan Keamanan Publik (JP dan KP)*, 2020, hlm. 60, doi:10.33701/jpkp.v2i1.1000.

⁵ Hafizh Ilhamsyah, "Company Profile Gaido Travel & Tours," 4.februari (2024), hlm. 10.

yang akan ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan. Melihat dari mayoritas masyarakat kota Jakarta yang beragama islam, tentu ini menjadi salah satu peluang yang cukup besar bagi *Gaido Travel and Tours* untuk terus berkembang.

Namun, terdapat pula beberapa ancaman yang dihadapi dan harus dipelajari oleh *Gaido Travel and Tours*, bentuknya bisa beragam, misalnya banyaknya Travel Haji dan Umrah yang berada di Jakarta selain itu juga meliputi beberapa hal seperti penipuan terkait biaya perjalanan, penyediaan akomodasi yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan, gangguan keamanan di tempat-tempat suci, dan bahaya kesehatan terkait dengan penyebaran penyakit. Penting untuk memilih agen travel yang terpercaya dan mematuhi semua prosedur keamanan yang diberlakukan oleh otoritas terkait untuk meminimalkan risiko tersebut. Hal yang perlu diperhatikan adalah bahwa peluang dan ancaman sifatnya tidak mutlak. Sesuatu yang pada awalnya dilihat sebagai peluang, belum tentu bisa langsung dimanfaatkan karena semuanya bergantung pada kondisi internal perusahaan. Begitu juga sesuatu yang dianggap sebagai sebuah kelemahan ataupun sebagai kekuatan belum tentu menjadi seperti hal tersebut. Seringkali terjadi perubahan serta ketidakpastian terhadap lingkungan perusahaan. Maka dari itu, perusahaan harus bisa memperhatikan perubahan-perubahan terhadap lingkungannya.

Penulis menggunakan dasar – dasar strategi pemasaran yaitu bauran pemasaran, untuk menganalisis dan merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk *Gaido Travel and Tours*. Kemudian, bauran pemasaran ini

digunakan untuk mengidentifikasi komponen yang menjadi tolak ukur utama perusahaan. bauran pemasaran mencakup semua tindakan yang dapat diambil oleh perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Segala sesuatu disusun menjadi empat kelompok variabel yang disebut sebagai "4P": *Product, Price, Place, dan Promotion*. Analisis SWOT akan digunakan untuk menganalisis keempat komponen tersebut.⁶

Dengan adanya analisis SWOT dalam memasarkan produknya, maka *Gaido Travel and Tours* dapat mengetahui setiap perubahan-perubahan apa yang terjadi di lingkungannya dan dapat mengetahui cara yang harus dilakukan untuk menghadapi keadaan-keadaan tersebut. Dari sinilah calon penulis ingin mengetahui analisis SWOT yang terdiri dari ancaman, peluang, kekuatan serta kelemahan yang dimiliki oleh *Gaido Travel and Tours* untuk nantinya dapat digunakan dalam strategi pemasarannya.

Berdasarkan dari latar belakang di atas penulis mengambil judul **“ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI PEMASARAN TRAVEL HAJI DAN UMRAH (Studi Kasus *Gaido Travel and Tours*)”**.

⁶ S D K Dairi, “Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot Pada Kopi Zest,” *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis (JIKB)*, XII.2 (2021), hlm. 49
<<https://www.ojs.stmikdharmapalariau.ac.id/index.php/jikb/article/view/118%0Ahttps://www.ojs.stmikdharmapalariau.ac.id/index.php/jikb/article/view/118/116>>.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana strategi pemasaran pada *Gaido Travel and Tours* berdasarkan analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penulisan

Pada dasarnya penulisan memiliki sebuah tujuan yang akan dicapai, adapun itu tujuan penulisan ini adalah:

- 1.3.1 Untuk mengetahui strategi pemasaran perusahaan yang didasarkan pada analisis SWOT.

1.4 Manfaat Penulisan

1.4.1 Akademisi

Dapat digunakan sebagai referensi skripsi di bidang Pariwisata, khususnya dalam program studi Usaha Perjalanan Wisata yang diharapkan dapat menjadi penambah buku bacaan dari sekian banyak buku yang ada, serta dapat digunakan sebagai literatur bagi mahasiswa secara umum dan bagi mahasiswa Usaha Perjalanan Wisata secara khusus.

1.4.2 Praktisi

a. Bagi *Gaido Travel and Tours*

Hasil penulisan ini diharapkan dapat memberi informasi bagi manajemen dalam mengambil Keputusan, khususnya dalam melihat

kondisi lingkungan dan menentukan strategi pemasaran perusahaan yang diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan Perusahaan dalam mengambil keputusan.

b. Bagi Penulis

Penulisan ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan lebih bagi penulis untuk lebih memahami strategi pemasaran yang didasarkan pada analisis SWOT.

