

**STRATEGI BISNIS PADA TRAVEL HAJI DAN UMRAH PT FRESHNEL
KREASINDO PERKASA YOGYAKARTA DI MASA PANDEMI COVID-19**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Oleh :

Siti Aisah

NIM 18102040083

Dosen Pembimbing:

Muhammad Irfai Muslim, M.Si.

NIP 19881215 201903 1 009

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-630/Un.02/DD/PP.00.9/04/2022

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI BISNIS PADA TRAVEL HAJI DAN UMRAH PT FRENHNEL
KREASINDO PERKASA YOGYAKARTA DI MASA PANDEMI COVID-19

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SITI AISAH
Nomor Induk Mahasiswa : 18102040083
Telah diujikan pada : Rabu, 13 April 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Muhammad Irfai Muslim, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6281e88deb1af



Penguji I
Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6285ef6081b68



Penguji II
Early Maghfiroh Innayati, S.Ag. M.Si
SIGNED

Valid ID: 62650e652171f



Yogyakarta, 13 April 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 6285f13309e97

SUNAN KALIJAGA UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856
Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Siti Aisah

NIM : 18102040083

Judul Skripsi : Strategi Bisnis Pada Travel Haji dan Umrah PT Freshnel Kreasindo Perkasa
Yogyakarta di Masa Pandemi Covid-19.

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Strata Satu dalam bidang Manajemen Haji dan Umrah.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunqasyahkan.

Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 31 Maret 2022

Ketua Program Studi

Pembimbing I


H. M. Toriq Nurmadiansyah, S.Ag. M.Si.
NIP 19690221200312 1 001


Muhammad Irfai Muslim, M.Si.
NIP 19881215 201903 1 009

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Aisah
NIM : 18102040083
Program Studi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **Strategi Bisnis Pada Travel Haji dan Umrah PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta di Masa Pandemi Covid-19**, adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggung jawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 4 April 2022

Yang Menyatakan

Siti Aisah

NIM 1810204008



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan rasa syukur kehadirat Allah SWT yang Maha Kuasa

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

Almamater Tercinta

Konsentrasi Manajemen Haji dan Umrah

Program Studi Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Menomorsatukan Allah dan Menjadikan Orang Lain Terhormat”

“Jangan Pernah Merasa Memberi, Jangan Pernah Merasa Tersakiti,

Hiduplah Dengan Cinta”

“Kesuksesan Berawal dari Niat dan Kebiasaan yang Baik”¹

(KH. Jalal Suyuti)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹ Jalal Suyuti, Pengasuh Pondok Pesantren Wahid Hasyim, Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil 'alamiin, segala puji dan syukur kepada Allah Tuhan yang maha pengasih lagi maha penyayang, yang telah memberikan nikmat kesehatan, nikmat kesempatan, nikmat materi, dan nikmat keimanan yakni agama islam.

Shalawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada baginda rasullah Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun umat manusia dari lembah kehinaan menuju ke alam pengetahuan, berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Semoga kita mendapatkan syafa'atnya di Yaumul Qiyamah, *Aamiin ya rabbal 'alamiin*.

Segala puji hanya milik Allah SWT sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Strategi Bisnis Pada Travel Haji dan Umrah PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta di Masa Pandemi Covid-19**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 (S1) Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat dan kalangan akademisi manajemen khususnya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penyusun banyak mendapat bimbingan, motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini ucapan terima kasih penyusun sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al-Makin, MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak H. Thoriq Nurmadiansyah, S.Ag., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Ahmad Muhammad, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan motivasi, nasehat dan bimbingan kepada peneliti dalam menempuh studi di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak Muhammad Irfai Muslim, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah mengarahkan, membimbing peneliti dengan penuh keikhlasan, kesabaran dan bertanggung jawab dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen Dakwah yang telah memberikan ilmunya dengan penuh keikhlasan, kesabaran dan bertanggung jawab kepada peneliti hingga akhir studi.
7. Ibu Nur Hayati Selaku Kepala Staf Tata Usaha Program Studi Manajemen Dakwah yang telah memberikan kemudahan dalam kelengkapan administrasi dan memberikan semangat kepada peneliti.
8. Bapak H. Agus Muhammad dan Ibu Hj. Rita Eko Yuniarti, selaku Kepala Direksi PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta yang telah mengizinkan melakukan penelitian untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Para karyawan khususnya Ustadz Duhri, Mas Jojo, Mas Mahbub, Mas Bulan, Mas Aldri yang telah bersedia menjadi narasumber dan membantu mencari data penelitian untuk menyelesaikan proses penulisan skripsi.

10. Kedua orang tua saya, Bapak Hariyono dan Ibu Suriyati yang senantiasa tidak pernah putus untuk mendoakan, memberikan dukungan dengan kasih sayang dan menjadi motivasi peneliti untuk menyelesaikan skripsi.
11. Saudara saya, Muhammad Ali yang telah memberikan semangat dan doa dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi.
12. Kepada teman-teman Program Studi Manajemen Dakwah Angkatan 2018 yang telah kebersamai peneliti dalam menuntut ilmu, berbagi pengalaman banyak hal hingga membawa peneliti dititik saat ini.
13. Bapak Jalal Suyuti dan Ibu Nely Umi Halimah beserta keluarga Ndalem Pondok Pesantren Wahid Hasyim yang telah membimbing penulis, memberikan banyak ilmu, banyak pengalaman dan nasihat-nasihat selama di Pondok Pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta.
14. Teman-teman seperjuangan di Pondok Pesantren Wahid Hasyim khususnya asrama halimah yang telah kebersamai dalam proses belajar dalam keadaan suka maupun duka dan tumbuh bersama selama kuliah.
15. Ninditha, Sopia, Mujahadah, Mumtazah, Nurus, Maza, Mbak Nimas terimakasih atas semangat, motivasi dan waktu luangnya untuk saling diskusi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini hingga akhir.
16. Semua pihak, teman dan saudara yang telah membantu dan mendukung penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, peneliti mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya.

17. Yang terakhir yang tidak kalah penting, kepada diri saya yang telah bekerja keras, berjuang untuk segala hal yang telah dilalui, yang telah yakin terhadap diri sendiri dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi secara maksimal.

Yogyakarta, 31 Maret 2022

Siti Aisah
NIM 18102040083



ABSTRAK

Siti Aisah, 2021, *Strategi Bisnis Pada Travel Haji dan Umrah PT Freshnel Kreaindo Perkasa di Masa Pandemi Covid-19*, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya Keputusan Menteri Agama (KMA) Nomor 660 Tahun 2020 yang membatalkan keberangkatan haji dan umrah selama pandemi covid 19. Kebijakan ini dikeluarkan karena negara arab saudi menutup akses dan tidak mengizinkan kunjungan ibadah haji dan umrah ke negaranya guna mencegah penularan. Hal ini membuat beberapa perusahaan travel haji dan umrah di indonesia memutuskan menggunakan strategi baru agar bisnisnya dapat bertahan dan mencegah kebangkrutan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bisnis travel haji dan umrah yang dilakukam PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta di Masa pandemi covid-19. Strategi bisnis tersebut meliputi strategi keuangan, strategi operasi, dan strategi pemasaran. Strategi ini diuji dengan strategi generik dari teori Fred R. David. Objek dari penelitian ini adalah PT Freshnel Kreasindo Perkasa yang merupakan salah satu perusahaan travel haji dan umrah di Yogyakarta. subjek penelitian ini adalah pihak penggerak yakni pimpinan dan karyawan lembaga travel haji dan umrah di PT Freshnel Kreasindo Perkasa.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dijelaskan dalam bentuk deskriptif. Data yang digunakan yakni primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi. Metode pengumpulan data diperoleh melalui wawancara, studi literatur dan dokumentasi. Teknik keabsahan data diuji dengan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis yang diterapkan oleh PT Freshnel Kreasindo Perkasa dalam mempertahankan bisnis travel haji dan umrahnya di masa pandemi covid-19 berjalan baik sesuai dengan strategi generik dari teori Fred R. David yang terdiri dari empat elemen yakni strategi intensif, strategi diversifikasi, strategi defensif, dan strategi integrasi vertikal.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Travel Haji dan Umrah, Pandemi Covid-19.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Kajian Pustaka.....	7
E. Kerangka Teori.....	12
F. Metode Penelitian.....	21

G. Sistematika Pembahasan	31
BAB II: GAMBARAN UMUM.....	33
A. Sejarah Singkat PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta.....	33
B. Identitas Perusahaan PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta.....	34
C. Visi dan Misi, Motto dan Nilai Perusahaan	35
D. Struktur Organisasi PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta.....	37
E. Produk dan Program PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta.....	41
BAB III: PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	61
A. Dampak Pandemi Covid-19 PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta	61
B. Strategi Bisnis PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta	64
1. Strategi Intensif	64
2. Strategi Diversifikasi.....	73
3. Strategi Devensif.....	76
4. Strategi Integrasi Vertikal	78
BAB IV: PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2.1 Uraian Tugas dan Tanggung Jawab	39
Tabel 2.2 Program Paket Haji ONH Plus.....	52
Tabel 2.3 Program Paket Haji Furoda.....	53
Tabel 3.1 Data Jamaah Haji dan Umrah Tahun 2018 – 2020	62
Tabel 3.2 Data Jamaah Umrah Bulan Maret – Juni Tahun 2020	63



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peningkatan Jumlah Jemaah Haji Indonesia	3
Gambar 1.2 Triangilasi Sumber	26
Gambar 1.3 Triangilasi Teknik	27
Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta	38
Gambar 3.1 Program Haji Selagi Muda PT Freshnel Kreasindo Perkasa.....	68



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ibadah haji pada hakikatnya merupakan kegiatan yang pelaksanaannya diwajibkan oleh Allah SWT kepada seluruh umat Islam yang telah mencapai *istiha'ah* (mampu). Mampu disini mengandung makna sehat, aman dalam perjalanan, cukup biaya baik dalam perjalanan ke Baitullah maupun biaya bagi keluarga yang ditinggalkan di tanah air, serta tidak ada hal-hal lain yang menghalanginya untuk pergi haji.²

Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Ali-Imran Ayat 97 yang berbunyi:

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ
الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ (٩٧)

Artinya: Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata (diantaranya) makam ibrahim, barangsiapa yang memasukinya (baitullah itu) maka amanlah dia, mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu bagi orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke baitullah. Barangsiapa mangingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah maha kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.³

² Amat Iskandar, *Ketika Haji Kami Kerjakan*, (Semarang: Dahara Prize, 1994), hlm. 6.

³ Kementerian Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm. 62.

Ibadah haji merupakan sarana dan media bagi umat islam untuk melakukan ziarah ke baitullah dan tanah suci setiap tahun. Karena setiap tahun sebagian kaum muslimin dari seluruh penjuru dunia datang untuk menunaikan ibadah haji. Adapun ibadah umrah adalah sarana atau media bagi kaum muslimin untuk berkunjung atau beribadah ke tanah suci setiap saat dan sewaktu-waktu. Karena kaum muslimin berkunjung dan menziarahi ka'bah untuk melakukan ibadah dan mendekati diri kepada Allah SWT. Tidak hanya pada musim haji, tetapi juga melakukannya setiap waktu, ketika menunaikan ibadah umrah.⁴

Indonesia mengalami peningkatan jamaah haji yang signifikan tiap tahunnya, pada tahun 2018 misalnya mencapai 203.350 jamaah yang mengalami kenaikan 0.13% dari sebelumnya yakni 203.070 orang. Sedangkan peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 2017 yang mencapai 31, 15%. Salah satu penyebab terjadinya peningkatan tertinggi adalah seiring adanya penambahan kuota mencapai 221.000 jamaah. Kantor Kementerian Yogyakarta sendiri mendapatkan kuota keberangkatan jamaah sebesar 3.084 jamaah, dengan masa tunggu (waiting list) mencapai 30 tahun lamanya.⁵ Hal ini membuat masyarakat khususnya wilayah Yogyakarta lebih cenderung memilih

⁴ Zahdi, *Manajemen Haji dan Umrah (Analisis Pencapaian Kepuasan Layanan Haji dan Umrah di Kota Bandar Lampung)*, (Bandar Lampung: Disertasi UIN Raden Intan Lampung, 2021), hlm. 22-23.

⁵Direktorat Umrah dan Haji Khusus, *Jumlah Jemaah Haji Yang Diberangkatkan Ke Tanah Suci 2016-2019*, <https://haji.kemenag.go.id>, Diakses Tanggal 18 Oktober 2021 Pukul 13.12 WIB.

perjalanan ibadah haji dan umrah khusus melalui PIHK dan PPIU yang mana waktu keberangkatannya lebih cepat dibandingkan dengan lembaga haji dan umrah reguler.

Gambar 1.1 Peningkatan Jumlah Jamaah Haji Indonesia



Sumber: Website Kementerian Agama Haji, 2021.

Adanya peningkatan jamaah haji dan kebutuhan penyelenggaraan tersebut, Kota Yogyakarta memiliki potensi besar dalam hal penyelenggaraan haji (PIHK) dan penyelenggaraan umrah (PPIU) di Pulau Jawa, maka banyak masyarakat tertarik membangun usaha dibidang perjalanan wisata atau biro travel haji dan umrah. Seiring berkembangnya waktu semakin banyak pula peminatnya. Menurut data SISKOPATUH (Sistem Komputerisasi Pengelolaan Terpadu Umrah dan Haji Khusus) tahun 2021 di wilayah yogyakarta terdapat

perusahaan biro travel haji dan umrah yang sudah diresmikan oleh pemerintah sebanyak 28 PPIU kantor pusat dan 52 kantor cabangnya.⁶

Munculnya pandemi covid-19 menjadi masalah global dunia termasuk Negara Indonesia. Mencermati peyebaran dan penularan covid-19 di Indonesia yang semakin memprihatinkan, berbagai kebijakan yang telah dikeluarkan oleh pemerintah dalam mencegah penyebaran virus covid-19 seperti halnya aturan protokol kesehatan, *physical distancing*, *work from home*, serta kebijakan *lockdown* hingga pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM).⁷ Tidak dapat dipungkiri beberapa sektor mengalami kelumpuhan secara total, khususnya berdampak dibidang sosial dan ekonomi yang telah dialami oleh masyarakat Indonesia.

Adanya Kebijakan Menteri Agama (KMA) Nomor 660 Tahun 2020 tentang pembatalan keberangkatan jamaah haji pada penyelenggaraan ibadah haji tahun 1442 H/ 2020 M sangat berpengaruh bagi dunia usaha travel haji dan umrah yang ada di Indonesia khususnya pada operasional bisnis seperti operasional pemberangkatan, administrasi sampai dengan akomodasi yang sudah dipersiapkan sebaik mungkin untuk keberangkatan jamaah. Bahkan diprediksi sekitar 60% perusahaan biro perjalanan haji dan umrah harus tutup

⁶ Direktorat Umrah dan Haji Khusus, *Pencarian Data PPIU 2021*, <https://umrahcerdas.kemenag.go.id/home/cari?provinsi=33&jenis=semua>, Diakses 16 September Pukul 9.44 WIB.

⁷ Ririn Noviyanti Putri, *Indonesia Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19*, (Jambi: Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, No. 20, Vol. 2, 2020), hlm. 706.

karena tidak ada aktivitas apapun di masa pandemi⁸. Menurut ketua umum sarikat penyelenggaraan umrah dan haji indonesia (SAPUHI) Syam Resfiadi mengungkapkan bahwa rata-rata per travel haji dan umrah kehilangan pendapatan Rp 5 miliar per tahun hingga tahun 2021.⁹

Berdasarkan hasil penelitian, banyak sekali dampak negatif di PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta karena pandemi covid-19. Hal ini mengakibatkan menurunnya perkembangan perusahaan. Pendaftaran calon jamaah haji dan umrah selama pandemi covid-19 mengalami penurunan sangat drastis. Tak hanya itu, perusahaan juga melakukan penutupan sementara terhadap kantor cabang yang berada di Jawa Tengah dan Jawa Timur untuk memperkuat jalannya perusahaan kantor pusat yang berlokasi di Yogyakarta.

Maka fenomena ini menjadi perhatian yang sangat penting bagi perusahaan PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta untuk kelangsungan kehidupan bisnisnya. Oleh karena itu, biro perjalanan haji dan umrah PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta melakukan langkah-langkah perubahan dan strategi bisnis baru sehingga dapat bertahan di masa pandemi covid-19.

Dari uraian diatas, penulis ingin meneliti dan mengetahui strategi bisnis yang dilakukan perusahaan dalam menghadapi masa pandemi covid-19.

⁸Anisyah Faqirah, *Dampak Pandemi Covid-19 Bagi Perusahaan Travel Umrah dan Haji Khusus*, Dirujuk dari <https://beritakota.id/2020/07/20/dampak-pandemi-covid-19-60-persen-perusahaan-travel-haji-dan-umrah-kolaps/>, Diakses pada tanggal 8 November 2021 Pukul 12.14.

⁹ Edi Haskar, *Dampak Covid-19 Biro Perjalanan dan Penyelenggaraan Haji dan Umrah, Sumatera Barat: Ensiklopedia of Journal*, Vol. 3:4, (Februari, 2021), hlm. 115.

Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Bisnis Pada Travel Haji dan Umrah PT Freshnel Kreasindo Perkasa di Masa Pandemi Covid-19”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Bisnis Pada Travel Haji dan Umrah PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta di Masa Pandemi Covid-19?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah mengetahui Strategi Bisnis yang dilakukan oleh Travel Haji dan Umrah PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta umrah di Masaa Pandemi Covid-19. Adapun manfaat penelitian yang akan dilakukan, diantaranya:

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman Bagaimana Strategi Bisnis Pada Travel Haji dan Umrah yang dilakukan oleh PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta di Masa Pandemi Covid-19.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan menjadi bahan referensi bersama untuk menganalisis bagaimana strategi bisnis pada travel haji dan

umrah yang dilakukan oleh PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta di Masa Pandemi Covid-19.

Sekaligus memberikan sumbangan pemikiran serta bahan evaluasi bagi perusahaan PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta terkait strategi bisnis guna menghadapi masa pandemi covid-19.

D. Kajian Pustaka

Sejauh pengetahuan dan pengamatan peneliti, belum ada kajian akademik yang secara khusus mengkaji tentang “Strategi Bisnis Pada Travel Haji dan Umrah PT Freshnel Kreasindo Perkasa di Masa Pandemi Covid-19”. Akan tetapi pembahasan mengenai strategi bisnis dalam mempertahankan usahanya telah banyak dilakukan oleh para akademisi, dan telah dipublikasikan dalam bentuk buku, jurnal, artikel ataupun skripsi. Beberapa penelitian yang memiliki kemiripan namun juga berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan yakni penelitian-penelitian tersebut diantaranya:

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Tabel 1.1 Daftar Penelitian Terdahulu

NO	PENELITI	JUDUL	METODE	HASIL
1	Andi Chaermaya Mugni Said, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Alauddin Makassar, Skripsi 2017.	Strategi Bisnis Haji PT Arminareka Perdana (Studi Perekrutan Jamaah).	Penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian yakni pendekatan manajemen. Metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengolahan dan analisis data menggunakan empat tahapan yakni: reduksi data, penyajian data, analisis penarikan kesimpulan.	Strategi bisnis haji PT Armenika Perdana memiliki kekuatan bisnis dalam menarik calon jamaah haji adalah dengan menerapkan strategi diferensiasi yaitu melalui program solusi. Namun juga memiliki kelemahan yakni harga travel dianggap mahal oleh masyarakat, peluangnya adalah dengan dijadikannya travel ini sebagai pilot project bagi seluruh travel yang ada di Indonesia. Sedangkan tantangan bisnis travel ini harus memiliki cara untuk meyakinkan masyarakat bahwa biaya haji jangan terpaku pada harga murah. PT Armineka Perdana berinovasi memasarkan produk haji plus yaitu dengan sistem referensi, yang tidak dapat dikonotasikan dengan sisitem MLM. Proses promosi dilakukan

				dengan cara bersilaturahmi kemudian melakukan presentasi.
2	Vicky Iffah, Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2018.	Analisis Strategi Bisnis <i>E-commerce</i> Perusahaan Startup Digital di Ijadfarm Surabaya.	Menggunakan deskriptif kualitatif [dengan meneliti bahan pustaka dan melakukan wawancara langsung. Objek penelitian yakni Perusahaan Startup Digital di Ijadfarm Surabaya.	Strategi perusahaan startup digital online Ijadfarm berupa strategi <i>e-commerce</i> ini melalui <i>integrated marketing communication</i> yakni situs website dan media sosial. Selain marketing, strategi keunggulan bersaing porter juga diterapkan dalam perusahaan.
3	Maskarto Lucky Nara Rosmadi, Jurnal 2021.	Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19.	Objek penelitian yakni industri makanan ringan dengan merek dagang “Waroeng Ngemil” di Bandung dan metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.	Strategi bisnis dalam memasarkan hasil produknya yakni melalui media sosial. Penelitian tersebut lebih spesifik membahas strategi pemasaran melalui media sosial di home industri makanan ringan bernama “Waroenk Ngemil” di Bandung.

4	Ika Fitriani, Nining Sudiyarti dan M. Nur Fietroh. Jurnal 2020.	Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19.	Penelitian kualitatif deskriptif, metode pengumpulan data dengan wawancara terstruktur dan bertahap. Objek penelitiannya para pelaku UMKM di kabupaten sumbawa.	Strategi Manajemen Bisnis ini bagi pelaku UMKM dapat memberikan peningkatan dan pengembangan keberlanjutan usaha yang baik dengan menguatkan manajemen dibidang pemasaran, SDM, keuangan dan operasional.
5	Lilis Suhaidah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Skripsi 2021.	Strategi PT Ma'ali Wisata Dalam Mempertahankan Bisnis Travel Haji dan Umrah di Masa Pandemi Covid-19.	Menggunakan pendekatan deskripsi kualitatif.	Perusahaan PT Ma'ali melakukan beberapa alternatif strategi diantaranya: strategi intensif, strategi diversifikasi, strategi difensif dan strategi integrasi.

Sumber: Dibuat oleh peneliti tahun 2021.

Dari penjabaran diatas, terdapat perbandingan antara penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan yakni sebagai berikut:

Skripsi yang ditulis Andi Chaermaya Mugni Said dengan judul Strategi Bisnis Haji PT Arminareka Perdana (Studi Perekrutan Jamaah) Tahun 2017 memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaannya terletak pada topik yang sama-sama membahas tentang strategi

bisnis dan pendekatan penelitian. Sedangkan perbedaannya adalah hasil penelitian dan objek penelitian.

Penelitian skripsi tahun 2018 oleh Vikki Iffah yang berjudul Analisis Strategi Bisnis *E-commerce* Perusahaan Startup Digital di Ijadfarm Surabaya memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yakni topik pembahasan mengenai strategi bisnis, metode pengumpulan data, jenis dan pendekatan penelitian. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitian, dan hasil penelitian.

Skripsi oleh Lilis Suhaida yang berjudul Strategi PT Ma'ali Wisata Dalam Mempertahankan Bisnis Travel Haji dan Umrah di Masa Pandemi Covid-19 memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis. Memiliki persamaan pada pendekatan penelitian, metode pengumpulan data, dan hasil penelitian yang membahas strategi bisnis yang dilakukan perusahaan dalam menghadapi masa pandemi covid-19. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitian.

Penelitian oleh Maskarto Lucky Nara Rosmadi, Jurnal tahun 2021 dengan penelitian yang akan dilakukan memiliki persamaan yakni terdapat pada topik pembahasan dalam masa pandemi covid-19, metode pengumpulan data, pendekatan penelitian serta pengumpulan data. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitian dan hasil penelitian.

Kemudian penelitian jurnal yang ditulis Ika Fitriani, Nining Sudiyarti dan M. Nur Fietroh tahun 2021 dengan judul Strategi Manajemen Bisnis Pasca

Pandemi Covid-19 memiliki perbandingan yakni persamaan terdapat pada jenis dan pendekatan penelitian, metode pengumpulan data. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitian dan hasil penelitian.

Penelitian yang dipaparkan diatas terdapat kesamaan yakni metode penelitian, pengumpulan data, topik bahasan tentang strategi bisnis dalam masa Pandemi Covid-19 . Perbedaan yang terlihat yakni waktu penelitian, objek penelitian, dan fokus penelitiannya. Maka dari itu peneliti akan memfokuskan pada Strategi Bisnis Pada Travel Haji dan Umrah PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta di Masa Pandemi Covid-19.

E. Kerangka Teori

Kerangka teori dapat digunakan sebagai dasar atau landasan dalam melakukan penelitian terhadap suatu masalah. Kerangka teori penelitian ini diantaranya :

1. Tinjauan Strategi Bisnis

a. Pengertian Strategi Bisnis

Strategi bisnis adalah rencana strategi yang terjadi pada tingkat divisi dan dimaksudkan bagaimana membangun dan memperkuat posisi bersaing produk atau jasa perusahaan pada industri atau pasar tertentu yang dilayani oleh divisi tersebut.¹⁰

¹⁰ Bambang Hariyadi, *Strategi Manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, (Malang: Bayumedia Publishing, Cet. 1, 2003), hlm. 34.

Strategi bisnis berlangsung pada tingkat unit bisnis atau lini produk, berfokus pada peningkatan posisi bersaing. Strategi bisnis merupakan kebijakan-kebijakan yang menentukan cara sebuah perusahaan bersaing dalam sebuah industri dan khususnya cara perusahaan untuk membentuk keunggulan bersaing. Pendapat lain menyebutkan bahwa strategi bisnis adalah strategi yang menekankan pada peningkatan dari posisi kompetitif dari produk atau jasa perusahaan dalam industry yang spesifik atau segmen pasar yang dilayani oleh unit bisnis tersebut.

Saragih dan Elisabeth menyatakan, strategi bisnis bertahan adalah strategi yang dapat diimplementasikan agar suatu perusahaan dapat bertahan dalam situasi tertentu.¹¹ Ada beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam suatu perusahaan agar dapat bertahan di masa pandemi covid-19 yakni:

- 1) Memberikan ruang kepada masyarakat untuk melihat kembali produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan.
- 2) Memperhatikan manajemen chasflow selama masa pandemi covid-19 sebagai langkah preventif.

¹¹ Mohamad Yusak Anshori, *Strategi Bisnis Primebiz Hotel Surabaya Menghadapi Pandemi Covid-19*, (Surabaya: Jurnal Master Pariwisata, 2021), hlm. 196.

- 3) Membatasi aktivitas dengan mengatur jam operasional sehari-hari untuk efisiensi biaya.
- 4) Menerapkan strategi diversifikasi tidak terkait dari usaha sebelumnya.
- 5) Menerapkan manajemen persediaan untuk menghemat biaya produksi, dan memastikan lancarnya proses keluar masuk produk.¹²

Dari beberapa pemaparan diatas dapat ditarik benang bahwa strategi bisnis perusahaan di masa pandemi tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan (*profit oriented*) keuntungan yang maksimal semata, namun lebih digunakan sebagai upaya bertahan dalam waktu yang tidak dapat diprediksi atau dalam jangka panjang.

b. Fungsi Strategi Bisnis

Strategi sebagai instrumen guna mengembangkan dan memantapkan posisinya dalam persaingan yang semakin ketat dan bertahan dalam kondisi sulit. Suatu perusahaan dapat menjadi perusahaan global melalui identifikasi dan pengembangan strategi inti, yang merupakan keunggulan kompetitif berkesinambungan. Strategi bisnis ini meliputi beberapa elemen, yakni:¹³

- 1) Tipe produk dan jasa yang ditawarkan.

¹² *Ibid*, hlm. 198.

¹³ Isnani Nawawi Uha, *Isu-isu Ekonomi Islam*, (Jakarta: VIV Press Jakarta, 2013), hlm. 84.

- 2) Tipe pelanggan yang dilayani.
- 3) Kondisi geografis pasar yang dilayani.
- 4) Sumber-sumber utama keunggulan kompetitif berkesinambungan.
- 5) Strategi fungsional bagi tiap-tiap aktivitas yang memberikan nilai tambah yang penting.
- 6) *Competitive posture* yang mencakup seleksi pesaing-pesaing yang ditargetkan

c. Konsep Strategi Generik Teori Fred R. David

Strategi bisnis biasanya cenderung terkait bagaimana sebuah perusahaan meningkatkan posisi persaingan atau produknya diantara pangsa pasar tertentu. Istilah “bersaing” memiliki makna bukan hanya untuk menang dalam arti “mengalahkan” pesaingnya, akan tetapi bahwa “bekerja sama” dalam bentuk kemitraan merupakan salah satu pilihan strateginya. Hal ini juga dilakukan agar mendapatkan posisi yang unggul dan bisa bertahan dalam jangka waktu lama. Berikut empat strategi generik menurut teori Fred R. David, yakni:¹⁴

1) Strategi Intensif

Strategi ini terdiri dari strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Strategi penetrasi

¹⁴ Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 29-35.

pasar yakni strategi yang berusaha meningkatkan *market share* suatu produk atau jasa melalui usaha-usaha pemasaran yang lebih besar.

Strategi pengembangan pasar adalah strategi yang bertujuan untuk memperkenalkan produk-produk atau jasa yang ada sekarang ke daerah-daerah yang secara geografis merupakan daerah baru.

Strategi pengembangan produk adalah strategi yang berusaha agar perusahaan dapat meningkatkan penjualan dengan cara meningkatkan atau memodifikasi produk atau jasa yang ada sekarang.

2) Strategi Diversifikasi

Terdapat tiga tipe dalam strategi diversifikasi yang diketahui dan diimplementasikan, pertama strategi diversifikasi konsentrik merupakan strategi yang dilaksanakan dengan cara menambah produk atau jasa yang baru, tetapi masih saling berhubungan.

Strategi diversifikasi horizontal yakni strategi yang dilakukan dengan menambahkan produk atau jasa yang baru, tetapi tidak saling berhubungan untuk ditawarkan pada para konsumen yang ada sekarang.

Strategi diversifikasi konglomerat yakni strategi dengan menambahkan produk atau jasa yang tidak saling berhubungan.

3) Strategi Devensif

Strategi devensif atau strategi bertahan ini terdiri dari strategi usaha patungan, strategi pengurangan biaya, strategi pengurangan usaha dan strategi likuidasi.

Strategi usaha patungan adalah strategi dimana dua atau lebih perusahaan membentuk suatu perusahaan temporer yang bertujuan kapitalisasi modal.

Strategi pengurangan biaya adalah strategi yang dilakukan melalui reduksi biaya dan aset perusahaan. Sedangkan strategi pengurangan usaha yakni menjual satu divisi dari perusahaan dalam rangka penambahan modal dari suatu rencana investasi atau menindaklanjuti strategi akuisisi yang telah diputuskan untuk proses selanjutnya.

Strategi likuidasi yakni menjual aset perusahaan yang dapat dihitung nilainya yang biasanya bertujuan untuk menutup perusahaan.

4) Strategi Integrasi Vertikal

Strategi ini memiliki tiga bagian yakni strategi integrasi ke depan, strategi integrasi ke belakang, dan strategi integrasi horizontal. Strategi kedepan merupakan strategi yang menghendaki agar perusahaan memiliki kemampuan besar terhadap pengendalian para distributor, bila perlu dengan memilikinya.

Strategi integrasi ke belakang yakni strategi yang bertujuan untuk mendapatkan kepemilikan atau meningkatkan pengendalian bagi para pemasok.

Strategi horizontal adalah strategi yang dimaksudkan agar perusahaan meningkatkan pengawasan terhadap para pesaing perusahaan walau harus dengan memilikinya.

2. Tinjauan Travel Haji dan Umrah

a. Pengertian Travel atau Biro Perjalanan

Suatu rencana perjalanan wisata menuju satu atau beberapa tempat persinggahan dan kembali ke tempat asal dengan merangkai beberapa komponen perjalanan yang diperlukan disebut dengan tour. Sedangkan travel yang seringkali dikaitkan dengan tour.

Menurut Aulia Fadhil dalam bukunya, travel (biro perjalanan) adalah suatu perusahaan yang memperoleh pendapatan atau keuntungan dengan menawarkan dan menjual produk serta jasa-jasa pelayanan yang diberikannya kepada pelanggannya khususnya produk perjalanan wisata baik di dalam maupun luar negeri.¹⁵

Salah satu jenis layanan yang dapat dibuka oleh perusahaan tour dan travel adalah umrah dan haji khusus. Menurut Agustina Wulandari dalam bukunya, biro perjalanan umrah dan haji plus adalah perusahaan

¹⁵ Aulia Fadhil, *Tour dan Travel*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2019), hlm. 41.

swasta yang telah mendapatkan izin dari pemerintah untuk memberangkatkan jamaah ibadah umrah dan haji ke tanah suci secara mandiri atau non kuota pemerintah.¹⁶

Dari pengertian diatas dapat ditarik benang bahwa travel haji dan umrah adalah pihak atau instansi yang menyediakan paket perjalanan wisata ibadah umrah dan haji serta paket wisata dunia islam yang sudah mendapatkan izin legalitas dari pemerintah.

b. Macam-Macam Biro Perjalanan

Biro perjalanan pada dasarnya dibagi menjadi dua macam, yakni perjalanan wisata dan biro perjalanan haji dan umrah. Penjelasan dari keduanya yakni sebagai berikut:¹⁷

1) Biro Perjalanan Wisata

Biro perjalanan wisata adalah usaha atau badan usaha yang menyediakan seluruh atau sebagian perlengkapan seseorang atau kelompok orang yang akan melakukan perjalanan wisata. Dalam menjalankan usahanya, biro perjalanan atau agen perjalanan wisata harus melaksanakan kewajiban diantaranya:

¹⁶ Agustina Wulandari, *Untung Melimpah Ruah dari Bisnis Tour & Travel, Umrah, serta Paket Wisata Keliling Dunia*, (Yogyakarta: Diva Press, 2016), hlm. 101.

¹⁷ Kartika Sabir, *Peran Kerjasama Antara Travel An-Nur Ma'arif Parepare dan Bank Syariah Terhadap Peningkatan Jumlah Jamaah*, (Skripsi IAIN Parepare: Parepare, 2019), hlm. 98.

- a) Memberikan perlindungan kepada para pelanggan atau pemakai jasa
- b) Menyediakan pramuwisata untuk memimpin dan membimbing wisatawan ketika melakukan perjalanan wisata
- c) Menjamin terpenuhinya kewajiban atas pungutan negara dan pungutan daerah serta mengadakan pembukuan berdasar peraturan perundang-undangan yang berbeda.

2) Biro Perjalanan Haji dan Umrah

Biro perjalanan haji dan umrah adalah usaha atau badan usaha penyedia jasa pelayanan penyelenggaraan ibadah haji dan umrah. Untuk dapat menyelenggarakan ibadah haji khusus, penyelenggara ibadah haji khusus harus memenuhi persyaratan atau kriteria yang telah ditentukan.

Untuk menyelenggarakan ibadah haji khusus, penyelenggaraan ibadah haji dan umrah harus memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh kementerian agama sesuai dengan KMA Pasal 35 ayat 4 PP nomor 79 tahun 2012 tentang pelaksana UU nomor 13 tahun 2008 tentang penyelenggaraan ibadah haji dan umrah, yakni:

- a) Telah memperoleh izin sebagai PPIU dan PIHK oleh menteri
- b) Telah menyelenggarakan ibadah umrah paling singkat 3 tahun dan memberangkatkan jamaah umrah paling sedikit 300 jamaah

- c) Memiliki kemampuan teknis menyelenggarakan ibadah haji khusus yang meliputi kemampuan sumber daya manusia, sarana dan prasarana serta manajemen.
- d) Memiliki kemampuan finansial untuk menyelenggarakan ibadah haji khusus dan umrah yang dibuktikan dengan jaminan bank.
- e) Memiliki komitmen untuk menyelenggarakan ibadah haji khusus dan umrah sesuai dengan peraturan perundang-undangan, standar pelayanan yang telah ditetapkan oleh menteri dan ketetapan pemerintah Kerajaan Arab Saudi.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Sedangkan pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Menurut Sukidin (1999) dalam buku dasar metode penelitian karya Sandu Siyoto (2015) Metode kualitatif adalah metode yang berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat maupun organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, rinci, dalam dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.¹⁸

¹⁸ Sandu Suyoto, *Dasar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 27.

Berdasarkan hal diatas, bahwa metode penelitian kualitatif ini dilakukan secara intensif, peneliti ikut berpartisipasi dilapangan, mencatat secara hati-hati kondisi yang berlangsung, melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan di lapangan, dan membuat laporan penelitian secara detail. Penelitian ini dilakukan tepatnya di Daerah Istimewa Yogyakarta yakni sebuah biro perusahaan travel haji dan umrah PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Kepala Direksi yakni Ibu Rita Eko Yuniarti dan staf PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta dibidang manager operasional, manager marketing dan costumers service.

b. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah strategi bisnis pada biro travel haji dan umrah PT Freshnel Kreasindo Perkasa yang berlokasi di Kecamatan Gondokusumen, Daerah Istimewa Yogyakarta.

3. Data dan Sumber Data

Sumber data memiliki pengertian yakni jenis-jenis informasi yang didapatkan peneliti melalui subjek penelitian dan dari mana data yang diperoleh tersebut.¹⁹

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 95.

a. Data Primer

Data ini diperoleh secara langsung melalui observasi, wawancara dan dokumentasi mengenai strategi bisnis pada travel haji dan umrah PT Freshnel Kreasindo Perkasa di masa pandemi covid-19. Pada penelitian ini diperoleh data secara langsung melalui kepala direksi, karyawan dan tulisan publikasi perusahaan PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta.

b. Data Sekunder

Data sekunder penelitian ini diperoleh dari beberapa data yang dihimpun secara tidak langsung untuk menjadi data pendukung atau data penguat pada penelitian ini. Seperti halnya buku, jurnal, karya ilmiah, internet, yang tentunya masih relevan dengan judul yang diangkat oleh peneliti.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah kegiatan pertama dalam melakukan sebuah penelitian. Dengan melakukan teknik pengumpulan data, maka peneliti membuat penelitian sesuai standar penelitian yang telah disepakati. Berikut teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti, yakni:

a. Observasi

Menurut Nasution dalam buku metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D karya sugiono menyatakan bahwa observasi adalah

dasar semua dari ilmu pengetahuan.²⁰ Senada dengan hal tersebut, Asy'ari menyebutkan bahwa observasi yakni suatu pengamatan khusus dan pencatatan sistematis yang ditujukan kepada satu atau beberapa suatu masalah guna mendapatkan solusi dari penelitian tersebut.²¹

Kegiatan observasi ini dapat dilakukan dengan dua cara yakni observasi partisipatif dan non partisipatif. Observasi parsitipatif yakni peneliti ikut serta terjun langsung dalam kegiatan penelitian. Sedangkan observasi non parsitipatif yakni peneliti hanya mengamati dan menjadi partisipan aktif.²²

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan cara gabungan, dimana peneliti sebagai pengamat sekaligus menjadi partisipan aktif ketika proses melakukan strategi bisnis yang dilakukan perusahaan biro travel haji dan umrah PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta ditengah Pandemi Covid-19.

b. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan antara dua orang atau

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 297.

²¹ Sapari Imam Asyari, *Suatu Petunjuk Praktis Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1983), hlm. 82.

²² *Ibid*, hlm. 98.

lebih untuk mendapatkan suatu informasi, ide maupun gagasan sehingga memperoleh data atau topik yang diperlukan.²³

Pada penelitian ini, wawancara dilakukan secara langsung antara peneliti dengan kepala direksi dan staf khususnya dibidang manager operasional, manager marketing dan costumer service di biro travel haji dan umrah PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta untuk menggali informasi terkait langkah-langkah strategi bisnis yang dilakukan perusahaan khususnya di masa pandemi covid-19.

c. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data arsip, tulisan publikasi tahunan, foto kegiatan terkait dengan strategi bisnis yang dilakukan perusahaan biro travel haji dan umrah PT Freshnel Kreasindo Perkasa selama masa pandemi covid-19.

5. Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif memiliki 4 macam, yakni uji validitas internal (*credibility*), uji validitas eksternal (*transferability*), uji reliabilitas (*dependability*) dan uji obyektivitas (*confirmability*).²⁴ Berikut uraiannya:

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 317.

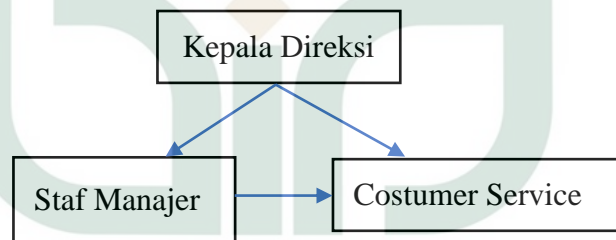
²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 364.

a. Uji Validitas Internal

Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan uji kredibilitas dengan jenis triangulasi data. Teknik triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini berguna sebagai pengecekan data dari berbagai sumber, berbagai cara serta berbagai teknik.²⁵

Triangulasi sumber data dilakukan dengan cara pengecekan terhadap beberapa sumber data, setelah itu dianalisis hingga menghasilkan suatu kesimpulan yang selanjutnya diminta kesepakatan dengan sumber data tersebut.²⁶

Gambar 1. 2 Triangulasi Sumber



Sumber: Dibuat Peneliti, 2021.

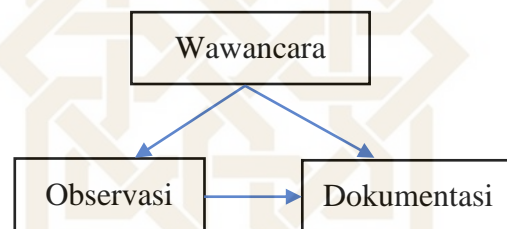
Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada narasumber yang benar-benar bertanggung jawab terkait strategi bisnis yang dilakukan perusahaan yakni kepala direksi dan staf dibidang manajer

²⁵ *Ibid*, hlm. 368.

²⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2017), Ed. Revisi, Cet. 36, hlm. 332.

operasional, manajer marketing dan customer service pada PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta. Hal ini dilakukan bertujuan agar data yang didapatkan benar-benar dinyatakan akurat dan valid karena berasal dari beberapa sumber yang bertanggung jawab sehingga tidak terdapat data yang subjektif.

Gambar 1. 3 Triangulasi Teknik



Sumber: Dibuat Peneliti, 2021.

Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.²⁷ Apabila dari tiga teknik pengujian diperoleh data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lanjut kepada sumber data yang bersangkutan guna memastikan data yang dianggap benar dan mencapai kredibilitas.

b. Uji Validitas Eksternal

Uji validitas eksternal atau yang biasa disebut uji keteralihan merupakan kemampuan dalam mentransfer dari suatu kelompok ke kelompok lainnya.

²⁷ *Ibid*, hlm. 368.

Dalam penelitian ini, peneliti membuat laporan dengan uraian yang rinci, jelas sistematis dan dapat dipercaya sehingga dapat menggambarkan permasalahan dan menjelaskan proses sistematika penelitian melalui deskripsi hingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

c. Uji Reliabilitas

Suatu penelitian dianggap reliabel yakni apabila orang lain dapat mengulangi proses penelitian tersebut. Dalam penelitian kualitatif, uji reliabilitas ini dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian.²⁸

Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan evaluasi dari pembimbing terkait penelitian yang dilakukan. Evaluasi ini dilakukan dengan teratur.

d. Uji Objektivitas

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada lebih dari satu orang narasumber pada perusahaan guna menghindari adanya informasi subjektif, akan tetapi setelah disepakati oleh beberapa narasumber maka penelitian telah mencapai objektif.

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 372.

6. Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman dalam bukunya sugiyono bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus hingga tuntas dan datanya jenuh.²⁹

Analisis data ini dapat dilakukan secara interaktif melalui proses dan reduksi, penyajian data, dan verifikasi.³⁰ Adapun langkah-langkah analisis data, yaitu:

a. Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif ini, pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam serta dokumentasi atau gabungan ketiganya (triangulasi).³¹ Pada tahap awal peneliti melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial atau objek yang diteliti, semua hal yang dilihat dan didengar tersebut kemudian direkam sehingga data penelitian yang diperoleh kredibel.

b. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum informasi yang sudah didapatkan, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting,

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 321.

³⁰ *Ibid*, hlm. 391.

³¹ *Ibid*, hlm. 321.

mencari tema dan pola penelitian tersebut serta membuang hal-hal yang tidak perlu.

Reduksi data dilakukan dengan cara abstraksi, yakni usaha untuk membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada dalam data penelitian.³²

Dengan kata lain proses reduksi data dapat dilakukan secara terus-menerus dalam proses penelitian guna memperoleh catatan-catatan atau data inti dari penggalan informasi.

c. Penyajian Data

Miles dan Huberman menyatakan bahwa penyajian data merupakan sekumpulan data atau informasi yang tersusun guna memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan.³³

d. Verifikasi Data

Verifikasi data adalah tahap akhir dalam proses analisis data.

Kegiatan verifikasi data bertujuan mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan dan perbedaan.

³² Sandu Suyoto, Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), Cetakan ke-1, hlm. 99.

³³ *Ibid*, hlm. 100.

Penarikan ini dilakukan dengan cara membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung dalam konsep-konsep dasar penelitian tersebut.³⁴

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan skripsi ini, secara garis besar sistematika pembahasan atau urutan topik yang dibahas menjadi empat bagian, yakni sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab awal yakni pendahuluan, pada bagian ini terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, landasan teori yang memuat tinjauan strategi, tinjauan bisnis, tinjauan strategi bisnis kemudian dilanjutkan dengan metode penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II GAMBARAN UMUM

Bab ini berisi gambaran umum objek penelitian PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta, yang terdiri letak geografis, sejarah singkat, logo dan filosofi, visi, dan misi, struktur organisasi, dan program-program di PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta.

BAB III PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

³⁴ Sandu Siyoto, Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, hlm. 100.

Pada bab ini membahas hasil penelitian mengenai strategi bisnis pada bisnis travel haji dan umroh PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta dimasa pandemi covid-19.

BAB IV PENUTUP

Kemudian pada bagian akhir penelitian terdiri atas kesimpulan, saran, rekomendasi serta mencatumkan lampiran-lampiran yang dianggap penting

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta dalam mempertahankan bisnis travel haji dan umrahnya di masa Pandemi Covid-19 menerapkan alternatif-alternatif strategi yang sesuai dengan teori strategi generik Fred R. David meliputi :

1. Strategi intensif yakni promosi atau campaign program haji selagi muda.
2. Strategi diversifikasi yakni pembukaan mini cabang di daerah terpencil.
3. Strategi defensif yakni efisiensi karyawan.
4. Strategi integrasi vertikal yakni pasar souq rihaal.

B. Saran

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan di PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta, maka dapat disampaikan beberapa yang kiranya dapat memberikan manfaat, yakni:

1. Bagi Perusahaan PT Freshnel Kreasindo Perkasa Yogyakarta

Peneliti merekomendasikan untuk lebih fokus pada pengembangan jamaah pada program haji selagi muda.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat diteruskan oleh peneliti berikutnya dengan menggunakan pendekatan atau teori strategi bisnis yang lain agar dapat memperkaya hasil penelitian dibidang manajemen haji dan umrah.



DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, dan Hardjanto Imam, *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, Cet. 1, 2005.
- Angora, Panji, *Manajemen Bisnis*, Jakarta:Rineka Cipta, 2004.
- Anshori, Mohamad Yusak, *Strategi Bisnis Primebiz Hotel Surabaya Menghadapi Pandemi Covid-19*, Surabaya: Jurnal Master Pariwisata, 2021.
- Asyari, Sapari Imam, *Suatu Petunjuk Praktis Metodologi Penelitian Sosial*, Surabaya: Usaha Nasional, 1983.
- David, FR, *Manajemen Strategi Konsep-Konsep*, Jakarta:Indeks Kelompok, Gramedia, 2008.
- Fadhil, Aulia, *Tour dan Travel*, Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2019.
- Faqirah, Anisyah, *Dampak Pandemi Covid-19 Bagi Perusahaan Travel Umrah dan Haji Khusus*, Dirujuk dari <https://beritakota.id/2020/07/20/dampak-pandemi-covid-19-60-persen-perusahaan-travel-haji-dan-umrah-kolaps/>, Diakses pada tanggal 8 8 November 2021 Pukul 12.14.
- Hamid, Noor, *Manajemen Haji dan Umrah: Mengelola Perjalanan Tamu Allah ke Tanah Suci*, Yogyakarta: Semesta Aksara, 2020.
- Harisman, Jalu Janu, dkk., *R'magz Edisi Special 1442 H: We Belief We Can Fly*, Yogyakarta: Rihaal Umrah dan Edukasi, 2020.
- Hariyadi, Bambang, *Strategi Manajemen: Perumusan Strategi Untuk Memenangkan Bisnis*, Yogyakarta: Byumedia Publishing, Cet. 1, 2003.
- Haskar, Edi, *Dampak Covid-19 Biro Perjalanan dan Penyelenggaraan Haji dan Umrah*, Sumatera Barat: Ensiklopedia of Journal, Vol. 3, No. 4, Edisi 1, 2021.
- Haviza, Nur, *Strategi Pemasaran Paket Ibadah Umrah Pada PT Shirotol Jannah Pekan Baru di Era New Normal*, Skripsi: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2021.
- Iskandar, Amat, *Ketika Haji Kami Kerjakan*, Semarang: Dahara Prize, 1994.
- Khusus, Direktorat Bina Umrah dan Haji, *Jumlah Jamaah Haji yang Diberangkatkan Ke Tanah Suci 2016-2019*, <https://haji.kemenag.go.id>, Diakses Tanggal 18 Oktober 2021 Pukul 13.12 WIB.

- Khusus, Direktorat Bina Umrah dan Haji, *Pencarian Data PPIU 2021*, <https://umrahcerdas.kemenag.go.id/home/cari?provinsi=33&jenis=semua>, Diakses 16 September Pukul 9.44 WIB.
- Kuncoro, Mudrajad, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga, 2005.
- Mashabi, Sania, Keberangkatan Haji Ditunda, Nasib Calon Jamaah Hingga Alasan Pembatalan, <https://amp.kompas.com/nasional/read/2021/06/04/06044401/keberangkatan-haji-ditunda-nasib-calon-jamaah-hingga-alasan-pembatalan>, Diakses pada tanggal 06 Oktober 2021 Pukul 12.06 WIB.
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, Ed. Revisi, Cet. 36, 2017.
- Novika, Putri Wahyu, *Buku Ajar Pengantar Bisnis*, Batam: Desanta Muliavisitama, Cet. 1, 2017.
- Putri, Ririn Noviyanti, *Indonesia dalam menghadapi pandemi covid-19*, Jambi: Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, No. 20, Vol. 2, 2020.
- Rangkuti, Freddy, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, Cet. 14, 1997.
- RI, Kementerian Agama, *Al-qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia, 2012.
- Rihaal, Tim Media, *Profil Rihaal Tour*, <https://rihaaltour.com/profil-kami/>, Diakses Tanggal 06 Oktober 2021 Pukul 20.56 WIB.
- Salim, Peter, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer*, Jakarta: Modern English pers, 2002.
- Statistik, Badan, *Sensus Penduduk Tahun 2020*, <https://www.bps.go.id/> Diakses 15 September 2021 Pukul 13.20 WIB.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2019.
- Supriyono, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Bisnis*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, Edisi-2, 1998.

Suyoto, Sandu dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

Tisnawati, Ernie dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana, 2010.

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2008.

Wulandari, Agustina, *Untung Melimpah Ruah dari Bisnis Tour & Travel, Umrah, Serta Paket Wisata Keliling Dunia*, Yogyakarta: Diva Press, 2016.

Zahdi, *Manajemen Haji dan Umrah (Analisis Pencapaian Kepuasan Layanan Haji dan Umrah di Kota Bandar Lampung)*, Bandar Lampung: Disertasi UIN Raden Intan Lampung, 2021.