

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PADA PEMASARAN PERUSAHAAN PENYELENGGARA IBADAH HAJI DAN UMROH MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS* (AHP)

**(Studi Kasus : PT. Penata Rihlah Tours and Travel,
Jakarta)**

Diajukan kepada Fakultas Sains dan Teknologi Universitas
Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Untuk Memenuhi
sebagian Persyaratan Memenuhi Gelar Sarjana Strata 1
Teknik Industri (S.T.)



Diajukan Oleh :

Muhammad Alwi

16660020

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2023

PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 540971 Fax. (0274) 519739 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-865/Un.02/DST/PP.00.9/03/2023

Tugas Akhir dengan judul : Analisis Strategi pada Pemasaran Perusahaan Penyelenggara Ibadah Haji dan Umroh Menggunakan Metode SWOT dan Analytical Hierarchy Process (AHP)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD ALWI
Nomor Induk Mahasiswa : 16660020
Telah diujikan pada : Kamis, 16 Maret 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Ir. Taufiq Aji, S.T. M.T., IPM.
SIGNED

Valid ID: 6423467c985d9



Penguji I

Syaeful Arief, S.T., M.T.
SIGNED

Valid ID: 642066442252a



Penguji II

Gumawan Budi Susilo, M.Eng.
SIGNED

Valid ID: 6420651d6d2eb



Yogyakarta, 16 Maret 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

Dr. Dra. Hj. Khurul Wardati, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6422750d6bf0e

PERSETUJUAN SKRIPSI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Surat Persetujuan Skripsi/Tugas Akhir

Lamp :-

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Sains dan Teknologi
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr wb

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

Nama :Muhammad Alwi

NIM :16660020

Judul Skripsi :Analisis Strategi Pada Pemasaran Perusahaan Penyelenggara Haji dan Umroh Menggunakan Metode SWOT dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) (Studi Kasus: PT. Penata Rihlah Tours and Travel, Jakarta).

Sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Teknik Industri.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr wb

Yogyakarta, 5 Mei 2021

Pembimbing,


Taufiq Aji, S.T., M.T.

NIP. 19800715 200604 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Alwi

NIM : 16660020

Program Studi : Teknik Industri

Fakultas : Sains dan Teknologi

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya bahwa skripsi saya yang berjudul "ANALISIS STRATEGI PADA PEMASARAN PERUSAHAAN PENYELENGGARA IBADAH HAJI DAN UMROH MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS* (AHP) (Studi Kasus : PT. Penata Rihlah Tours and Travel, Jakarta)" adalah asli dari penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi hasil karya orang lain, kecuali bagian tertentu yang saya ambil sebagai bahan acuan, dan sesuai aturan kepenulisan. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 5 Mei 2021

Yang menyetujui:

Muhammad Alwi
NIM. 16660020



HALAMAN MOTTO

*WUJUDKAN PENDIDIKAN ILMIAH, DEMOKRATIS, DAN
BERVISI KERAKYATAN.*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Tugas akhir ini saya persembahkan untuk
Sahabat-sahabat Teknik Industri*



KATA PENGANTAR

Beribu-ribu syukur, penulis panjatkan atas rahmat dan ridho Allah SWT yang telah dilimpahkan kepada kita semua serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**ANALISIS STRATEGI PADA PEMASARAN PERUSAHAAN PENYELENGGARA IBADAH HAJI DAN UMROH MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS* (AHP)**” yang dimaksud untuk memenuhi syarat agar dapat memperoleh gelar Sarjana Teknik (S.T.) pada Prodi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Shalawat serta salam semoga terlimpahkan kepada revolusioner sejati kita Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabat, serta seluruh umat rasullullah sampai akhir zaman. Penulis dirasa harus berterimakasih banyak atas seluruh bantuan yang telah rekan-rekan berikan, baik secara langsung maupun tidak langsung ketika penyusunan tugas akhir ini hingga usai, terkhusus kepada sahabat Mohammad Arkoun Tsauri. Ucapan terima kasih penulis haturkan juga kepada :

1. Ibu, Bapak, kakak dan abang-abang baik kandung atau tidak, serta para alim ulama, termasuk guru spiritual Sutoyo Alghifari yang senantiasa selalu mendukung dan mendoakan untuk kelancaran dalam penyusunan tugas akhir ini.
2. Bapak Cahyono Sigit, S.T., M.T., Ph.D. selaku Kepala Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Taufiq Aji, S.T., M.T., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan meluangkan

waktunya untuk memberikan ilmu serta bimbingannya selama ini.

4. Bapak Dr.Yandra Rahadian Perdana, S.T.,M.T., selaku pembimbing akademik beserta Seluruh dosen dan karyawan Prodi Teknik Industri yang telah membantu dalam memberikan ilmu dan nasihat-nasihat.
5. Kawan Komite Kampus Yogyakarta dan seluruh kawan yang berjuang dengan tekad sosialisisme. Selaku *partner* yang selalu memberikan nasihat dan ilmunya sehingga penyusunan tugas akhir ini selesai.
6. Bapak Sahiron, M.A. dan Dr. Muhammad Shodiq, serta keluarga besar dan ikatan alumni PMII UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, terutama korp Atmosfer dan Rayon Aufklarung, yang senantiasa menjadi gerbang awal saya mengenal pergerakan.

Harapan penulis supaya Allah membalas jasa Ibu, Bapak, Saudara dan mencatatnya sebagai amal *jariyah*. Penulis menyadari bahwa tugas akhri ini belum sempurna, baik segi materi dan penyajian. Untuk itu saran dan keritikan yang membangun sangat diharapkan dalam penyempurnaan tugas akhir ini. penulis berharap semoga karya ini dapat bermanfaat untuk penulis dan bagi orang lain pada umumnya.

Yogyakarta , 5 Mei 2021

Penulis

Muhammad Alwi

1666020

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Sistematika Penulisan	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Pemasaran.....	10
2.3 Strategi Pemasaran	11
2.4 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	15
2.5 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan	17
2.6 Matriks IFE dan EFE.....	19
2.7 Matriks IE.....	20
2.8 Pengertian Analisis SWOT.....	21
2.9 Matriks SWOT	22
2.10 AHP	24

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian	25
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian	25
3.3 Informan Penelitian	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5 Metode Analisis Data	29
3.6 Diagram Alir Penelitian	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan	34
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	34
4.1.2 Sejarah Perusahaan	35
4.1.3 Visi Misi Perusahaan	36
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	36
4.1.5 Fasilitas Paket Ibadah Umroh Perusahaan	38
4.2 Pengumpulan Data.....	41
4.2.1 Faktor Lingkungan Internal Perusahaan ...	41
4.2.2 Faktor Lingkungan Eksternal Perusahaan	49
4.3 Hasil Penelitian.....	55
4.3.1 Tahap Input.....	55
4.3.2 Analisis Matriks IFE.....	56
4.3.3 Analisis Matriks EFE.....	60
4.3.4 Tahap Penyesuaian	63
4.3.4.1 Analisis Matriks IE.....	64
4.3.5. AHP (Analytical Hierarchy Process)	
Untuk Strategi Pada Pemasaran PT. Penata Rihlah Tours and Travel	68

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN	83
CURICULUM VITAE.....	120



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks SWOT.....	23
Tabel 4.1 Faktor Lingkungan Internal Perusahaan.....	47
Tabel 4.2 Faktor Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	53
Tabel 4.3 Matriks IFE.....	58
Tabel 4.4 Matriks EFE.....	61
Tabel 4.5 Matriks Perbandingan Berpasangan.....	71
Tabel 4.6 SWOT AHP Iterasi-1.....	71
Tabel 4.7 SWOT AHP Iterasi-2.....	72
Tabel 4.8 SWOT AHP Iterasi-3.....	72
Tabel 4.9 Nilai Eigen Hasil Iterasi-1 s/d Iterasi-3.....	72
Tabel 4.10 Nilai RI.....	76

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Hirearki SWOT dan AHP.....	32
Gambar 3.2 Diagram Alir Penelitian.....	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusaha.....	37
Gambar 4.2 Skor IE.....	66



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kueisioner S W O T.....	83
2. Menilai Bobot dan Rate Faktor Strategi Internal.....	92
3. Menilai Bobot dan Rate Faktor Strategi Eksternal.....	103
4. Kuisisioner AHP.....	111
5. Hasil Kuisisioner AHP.....	116



ABSTRAK

Dalam penelitian ini, penulis bertujuan melakukan suatu analisa guna membantu perusahaan agar memahami posisi dan strategi perusahaan, dan memahami strategi alternatif yang bisa digunakan perusahaan serta memahami strategi yang tepat untuk digunakan oleh perusahaan menurut kondisi internal dan eksternal perusahaan. PT. Penata Rihlah Tours and Travel yang berkecimpung dalam bidang biro perjalanan ibadah umroh dan haji merupakan hal utama pada penelitian ini. Adanya observasi dan wawancara dengan jajaran direksi perusahaan sehingga didapatkan 14 faktor internal dan 10 faktor eksternal yang berpengaruh terhadap pemasaran perusahaan. Dikerjakan dalam tiga tahapan untuk melakukan perumusan strategi perusahaan yaitu tahap input, tahap penyesuaian, dan tahap pemilihan



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tidak sedikit umat Islam yang berazam untuk melaksanakan salah satu rukun islam, yakni haji. Akan tetapi dikarenakan tidak bisanya berangkat dengan segera untuk melakukan haji, membuat usaha-usaha biro jasa travel haji dan umroh semakin menjamur di Indonesia. Hal ini merupakan suatu bentuk model wisata religi yang melayani konsumen/ pemakai jasa agar mendapatkan kemudahan untuk berangkat ke kota Makkah dalam pelaksanaan ibadah umroh. Sehingga perkembangan industri wisata religi berupa haji dan umroh mengikuti permintaan konsumen yang juga meningkat berdasarkan data badan pusat statistik. Pada tahun 2016 negara Indonesia memberangkatkan jamaah Umroh sebanyak 699 ribu (Kementerian Agama, 2016), tahun 2017 sebanyak 875 ribu (kumparan, 2017), tahun 2018 sebanyak 1,1 juta (Ihram, 2018) dan pada tahun 2019 1,26 juta jamaah (Malik, 2019). Hal tersebut mengakibatkan perusahaan yang bekerja pada biro travel haji dan umroh, harus memperhatikan beberapa strategi pemasarannya untuk tetap menjadi travel yang favorit di kalangan masyarakat manapun. Hal ini juga menjadi suatu permasalahan yang

serius bagi PT. Penata Rihlah Tours and Travel, sebagai salah satu perusahaan travel haji dan umroh di Indonesia.

PT. Penata Rihlah Tours and Travel dituntut agar kreatif-inovatif untuk merumuskan dan memutuskan misi dan strategi pemasaran yang akan diterapkan dalam perusahaan agar mampu mengantisipasi berbagai perubahan yang mungkin terjadi. Hal tersebut bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang sesuai dengan perhitungan perusahaan, agar tercapainya keuntungan perusahaan, penting untuk melaksanakan kegiatan pemasaran terhadap jasa yang ditawarkan oleh perusahaan secara optimal.

“Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain” (Kotler dan Armstrong, 2008:6) dalam (Sukanta, Sari and Darajat, 2018)

Adapun manajemen strategi sendiri dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan dari lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya (David, 2006). Menentukan suatu strategi yang tepat ketika berhadapan dengan suatu persaingan pasar merupakan kunci

pencapaian perusahaan dalam pemasaran jasa yang dimilikinya hingga menemukan titik optimalnya.

Untuk mewujudkan tujuan perusahaan agar dapat berkelanjutan maka dibutuhkan rancangan strategi pemasaran yang optimal. Maka tujuan dari penelitian ini adalah menentukan strategi pemasaran untuk mengetahui posisi perusahaan dengan pendekatan matrik IE dan memilih alternatif strategi prioritas dengan mengkombinasikan metode SWOT dan AHP.

Hasil analisis strategi pemasaran ini diharapkan mampu untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan agar dapat terus bertahan dan mengembangkan suatu strategi bersaing yang optimal untuk menghadapi segala kemungkinan perubahan yang terjadi di lingkungan perusahaan. Melalui strategi pemasaran tersebut diharapkan PT. Penata Rihlah Tours and Travel Jakarta dapat meningkatkan daya saing dan meningkatkan area pemasarannya serta mengembangkan usahanya.

Perihal ini mungkin menjadi suatu rujukan pada kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang bisa dikelola. Sehingga dalam penelitian yang dilakukan peneliti dapat menawarkan solusi terhadap analisis strategi pemasaran di PT. Penata Rihlah Tours and Travel,

supaya meningkatnya kemampuan bersaing dan meningkatnya wilayah pemasaran.

1.2. Rumusan Masalah

Adapula rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi strategi pemasaran pada PT. Penata Rihlah Tours and Travel?
2. Bagaimana memperoleh strategi pemasaran yang tepat pada PT. Penata Rihlah Tours and Travel?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran.
2. Menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk PT. Penata Rihlah Tours and Travel.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat penelitian ini untuk menentukan strategi pemasaran yang akan diterapkan kedepannya dengan strategi pemasaran yang lebih tepat untuk perusahaan travel di Indonesia.
2. Manfaat penelitian ini sebagai penunjang literatur dan sumber pengetahuan terkait strategi pemasaran

yang menggunakan metode analisis SWOT dan *Analytical Hierarchy Process*

1.5. Batasan Masalah

Supaya penelitian memiliki kesesuaian dengan rumusan masalah, maka dirasa perlu adanya batasan masalah pada penelitian ini. Berikut batasan masalah dalam penelitian ini:

1. Penelitian dilakukan pada bulan Mei sampai dengan juli 2022.
2. Penelitian ini, salah satunya membahas mengenai faktor-faktor internal dan eksternal PT. Penata Rihlah Tours and Travel yang di dapatkan melalui wawancara dengan pihak manajemen PT. Penata Rihlah Tours and Travel.

1.6. Sistematika Penulisan

Supaya dapat memaparkan gambaran kepenulisan skripsi secara jelas dan lugas, peneliti perlu mengembangkan dan membuat rincian skripsi. Adapun rincian skripsi terdiri dari lima bab, dengan sub bab yang memperjelas suatu bab, juga saling berkaitan yaitu:

Bab I : Pendahuluan di dalam Bab ini terdiri dari, latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan

penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Berisi tinjauan pustaka yang berasal dari berbagai literatur untuk menyelesaikan laporan penelitian ini, sehingga keabsahan metode yang ada dapat dipertanggungjawabkan. Tinjauan pustaka penelitian ini adalah pemasaran dan strategi pemasaran serta metode yang digunakan yaitu SWOT dan *Analytical Hierarchy Process (AHP)*.

Bab III : Bab ini berisi tentang waktu, lokasi penelitian, serta pengetahuan terkait data primer dan skunder yang digunakan untuk menguraikan tentang metode, pengumpulan data yang digunakan, pemaparan data-data yang telah dikumpulkan selama penelitian serta langkah-langkah yang digunakan untuk pemecahan masalah dalam mencapai tujuan penelitian.

Bab IV : Bab ini menjelaskan tentang profil perusahaan sebagai objek penelitian, proses pengumpulan data dengan menjabarkan kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Proses pengolahan data, dan analisis data yang menjelaskan seluruh hasil pengolahan data hingga diperoleh keputusan strategi alternatif yang dipilih.

Bab V : Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil-hasil pengkajian seluruh tahapan formulasi strategi dari mulai tahap input, tahap pencocokan hingga tahap keputusan. Selain itu penulis juga memberikan saran bagi perusahaan dan untuk penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “Analisis Strategi Pada Pemasaran Perusahaan Penyelenggara Haji dan Umroh Menggunakan Metode SWOT dan Analytical Hierarchy Process (AHP) (Studi Kasus: PT. Penata Rihlah Tours and Travel, Jakarta) yang meliputi analisis matriks IFE, analisis matriks EFE, analisis matriks IE, analisis matriks SWOT dan analisis matriks AHP maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis faktor internal perusahaan dengan menggunakan matriks IFE diketahui bahwa kekuatan utama perusahaan adalah menjamin keberangkatan dengan skor 0,3367. Sedangkan kelemahan utama yang dimiliki oleh perusahaan adalah perubahan regulasi pemerintah dengan skor 0,1176. Total skor matriks IFE adalah sebesar 2,9136. Berdasarkan hasil analisis faktor lingkungan eksternal perusahaan dengan menggunakan matriks EFE dapat diketahui bahwa peluang utama yang dimiliki oleh perusahaan adalah memiliki banyak jaringan pesantren dengan skor 0,4408. Sedangkan ancaman terbesar yang

dimiliki perusahaan yaitu pandemi yang mengakibatkan pemberangkatan jamaah menjadi terganggu dengan skor 0,16965. Total skor yang dimiliki oleh PT. Penata Rihlah Tours and Travel sebesar 2,65165.

2. Hasil dari analisis SWOT menghasilkan 4 alternatif strategi yang dapat dipilih oleh perusahaan yaitu: 1) Penjaminan keberangkatan dan dengan harga yang kompetitif membuat PT. Penata Rihlah Tours and Travel berpeluang memiliki banyak jaringan pesantren dan masyarakat mengalihkan niat dari haji ke umroh, 2) Menambah jumlah tim marketing agar PT. Penata Rihlah Tours and Travel dapat memiliki banyak jaringan pesantren, 3) Penjaminan keberangkatan dan dengan harga yang kompetitif merupakan hal yang harus dipertahankan agar mampu unggul dalam persaingan, 4) Menambah jumlah tim marketing agar PT. Penata Rihlah Tours and Travel dapat bersaing dengan travel tidak berijin untuk mendapatkan jamaah. Berdasarkan matriks AHP, dari 4 alternatif strategi yang ada terdapat satu strategi yang diprioritaskan untuk dilakukan oleh perusahaan yaitu Menambah jumlah tim marketing agar PT. Penata Rihlah Tours and Travel dapat memiliki banyak jaringan pesantren

dengan nilai eigenvector dari iterasi ke-3 sebesar 0,519228436

5.2. Saran

Setelah melakukan serangkaian analisis pemilihan strategi pada pemasaran dengan studi kasus PT. Penata Rihlah Tours and Travel Jakarta, maka saran yang dapat diberikan demi pengembangan serta tindak lanjut dari penelitian ini adalah:

Bagi penelitian selanjutnya, dapat dilakukan penelitian yang berfokus kepada beban kerja pegawai perusahaan travel haji dan umroh.



DAFTAR PUSTAKA

- David, R. F. (2006) *Strategic Management Concepts and Cases*. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Risalatul Azizah, (2014) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jamaah Umroh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Hasuna Tour Yogyakarta”.
- Ajeng Tania, (2014) “Analisis Program Pelayanan Jama’ah Haji dan Umroh PT. Arminareka Perdana”.
- Fahmi, S. (2015) ‘Analisis Perencanaan Strategi Pemasaran Pada Pt. Hapeel Pharmindo’, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 2(3), pp. 344–363. doi: 10.31843/jmbi.v2i3.59.
- Febriansyah, A. (2017) ‘Tinjauan Atas Proses Penyusunan Laporan Keuangan Pada Young Entrepreneur Academy Indonesia Bandung’, *Jurnal Riset Akuntansi*, 8(2). doi: 10.34010/jra.v8i2.525.
- Hidayah, N., Hufron, M. and Slamet, A. R. (2016) ‘Analisis Penggunaan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Pada Cafe Coklat Klasik Malang’, *Jurnal Riset Manajemen*, pp. 55–69.
- Ihram (2018) *Jamaah Umrah 2018 1,1 Juta Orang, 2019 Diprediksi Bertambah*, *Republika*. Available at: <https://www.republika.co.id/berita/jurnal-haji/berita-jurnal-haji/18/12/18/pjxy9w320-jamaah-umrah-2018-11-juta-orang-2019-diprediksi-bertambah>.
- Jeslyn Guyana dan Ronny H. Mustamu (2013) ‘Perumusan Strategi Bersaing Perusahaan Yang Bergerak Dalam Industri Pelayaran’, *Agora*, 1(3).

- Jimmy, P. and Mustamu, R. H. (2015) 'Analisis Strategi Pada Perusahaan Plastik Dengan Porter Five Forces', *Agora*, 3(1), pp. 736–741.
- Kementerian Agama (2016) *Berapa Jemaah Umrah dari Indonesia ?*, *katadata.co.id*. Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/03/03/berapa-jemaah-umrah-indonesia>.
- Kriswanto Remetwa, M. G., Ardianto, Y. T. and Sisharini, N. (2018) 'Analisis Strategi dan Sistem Informasi Manajemen dengan Menggunakan Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) Pada Kantor Pos Malang 65100', *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), pp. 38–45. doi: 10.35130/jrimk.v2i1.34.
- kumparan (2017) *Indonesia Pengirim Jemaah Umrah Terbanyak Nomor 2 Setelah Pakistan*, *kumparanNEWS*. Available at: <https://kumparan.com/kumparannews/organisation-info>.
- Malik, A. (2019) *jumlah jemaah 2019, bareksa*. Available at: <https://www.bareksa.com/id/text/2019/11/28/jemaah-umroh-capai-133-juta-tiga-bulan-terakhir-asal-indonesia-306461/23705/news>.
- Novita Wahyu S. SE., M. . (2018) 'Analisis Lingkungan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada IKM di BANDUNG, JAWA BARAT', *Majalah Ilmiah Bijak*, pp. 22–41.
- Rahmat, R. M. (2013) 'Analisis Strategi Pemasaran Pada Pt. Koko Jaya Prima Makassar', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.

- Riyono and Budhiharja, G. E. (2013) 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Setyawati, N. (2017) 'Analisis Strategi Bisnis Perusahaan Penyelenggara Ibadah Haji dan Umroh di Bandar Lampung', *Journal of Chemical Information and Modeling*. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Setyawati, N. (2018) 'Analisis Lingkungan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada IKM di Bandung, Jawa Barat', *Majalah Ilmiah Bijak*, 15, pp. 22–41. doi: 10.31334/bijak.v15i1.130.
- Setyorini, H., Effendi, M. and Santoso, I. (2016) 'Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang)', *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), pp. 46–53. doi: 10.21776/ub.industria.2016.005.01.6.
- Sugianto, C. A. and Hongdiyanto, C. (2017) 'Perumusan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode QSPM Pada Bisnis Sambal Noesantara', *jurnal Manajemen dan start-up bisnis*, 2(1), pp. 106–115.
- Sukanta, S., Sari, D. A. and Darajat, A. A. (2018) 'Peningkatan Pada Analisis Strategi Pemasaran Produk Dies Di Pt Klm', *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(1), pp. 79–87. doi: 10.21009/jrmsi.009.1.06.
- Tambunan, W. *et al.* (2019) 'Perencanaan Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Manis Bakery', *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 5(1), pp. 23–34.