

Strategi bersaing produk -produk islami dalam menghadapi daya merebut pasar (studi kasus PT Manajemen Qolbu Tours & Travel) = Strategy of islamic products to face the competitiveness to win the market (case study of PT Manajemen Qolbu Tours & Travel)

Harry Maradona, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=109317&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Untuk menghadapi persaingan yang terjadi saat ini dan untuk terus dapat bersaing di pasaran maka perusahaan harus dapat mempersiapkan strategi yang tepat dalam persaingan. Perubahan lingkungan yang cepat dan lingkungan konsumen yang sangat kritis harus dapat disikapi secara cermat apa yang menjadi kemauan konsumen dan bagaimana perilaku konsumen agar dapat terus eksis dipersaingan.

Pada tahun 2002, KH Abdullah Gymnastiar telah melakukan terobosan dengan melakukan bisnis yang berbasis syariah atau hukum Islam. Dengan prinsip kejujuran, keadilan dan transparan yang berlandaskan pada nilai-nilai yang islami, yang bertujuan untuk membangkitkan ekonomi umat dengan mendirikan beberapa perusahaan.

PT Manajemen Qolbu Tours & Travel merupakan salah satu dari perusahaan yang bernaung di bawah Manajemen Qolbu Corporation yang bertindak sebagai Holding Company. Hingga saat ini PT Manajemen Qolbu Tours & Travel menjadi salah satu perusahaan dibidang jasa yang diperhitungkan oleh pasar, karena kemampuannya untuk mengakomodir kebutuhan/keinginan pasar.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan kuantitatif. Dengan memfokuskan pada analisis strategi yang digunakan perusahaan dengan meninjau aspek eksternal dan internal perusahaan yang dijadikan acuan perusahaan dalam pengembangan usahanya. Dari hasil analisis eksternal dan analisis internal perusahaan, kemudian ditetapkan mengenai formulasi strategi bersaing dengan menggunakan SWOT Matrix, IFAS dan EFAS Matrix.

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa PT Manajemen Qolbu Tours & Travel pada prinsipnya merupakan usaha untuk menerapkan asas customer satisfaction dengan cara menyediakan produk atau jasa yang sesuai dengan nilai yang ditawarkan (value) serta pelayanan prima dan dengan melihat daya tarik industri tours & travel yang ada, dapat disimpulkan bahwa daya tarik dalam industri ini adalah tinggi. Dari analisis yang telah dilakukan terhadap aspek eksternal dan internal perusahaan, maka perusahaan harus memiliki perbedaan terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen, peningkatan penggunaan teknologi IT serta peningkatan sumber daya manusia dalam rangka untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Meskipun demikian PT Manajemen Qolbu Tours & Travel harus tetap memperhatikan perubahan perilaku konsumen dan ancaman perubahan lingkungan serta ancaman pendatang baru di masa yang akan datang.

<hr><i>To face competition that happened in this time and keep compete in market, company should have to prepare the strategy that precisely to win the competition. Change of environment which quickly and very critical consumer environment have to earn attitude carefully what becoming willingness of consumer and

how behavior of consumer to be can continue emulation exist.

In the year 2002, KH Abdullah Gymnastiar have conducted breakthrough by conducting business which have Moslem law bases. With sincerity principle, justice and transparent which have based by Islamic values, with aim to awaken people economics by founding some company.

PT Manajemen Qolbu Tours & Travel represent one of the company which shading below Manajemen Qolbu Corporation act as Holding Company. Until now PT Manajemen Qolbu Tours & Travel become one of the company of service area reckoned by market, because its ability to accommodate desire of market.

This research use descriptive and quantitative approach method. Which focused to strategy analysis with used by company to evaluating external and internal aspect, taken as company reference in development of effort him. From result of external and internal company analysis, and then strategy formulation is to used SWOT, IFAS and EFAS Matrix had established.

As a result of this research analysis indicate that PT Manajemen Qolbu Tours & Travel basically is to attempt the principle customer satisfaction by providing service or product matching with value which on the market and also prima service and seen industrial fascination tours and travel existing, can be concluded attractiveness in this industry is high. Than analysis which have been to aspect of external and is internal company, hence company have to have difference to product which on the market to consumer, make-up of usage of technology of IT and also the make-up of human resource in order to increase service to customer. Nevertheless PT Manajemen Qolbu Tours & Travel have to remain to pay attention change of behavior of threat and consumer change of environment and also new comer threat in the future.</i>