

EKSISTENSI CV. ANDROMEDA UTAMA UNTUK MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN PEMASARAN SYARI'AH

Abdul Hamid[♠]

Abstract

In the world of entrepreneurship, competition is a matter of course. Competition is the color of entrepreneurship. Without competition, the work feels bland. Competition is also a motivation to advance business and make the workforce more enthusiastic about facing obstacles. Competition can also have a negative impact on our business world if an entrepreneur is unable to control himself in the face of competition so that entrepreneurs compete imperfectly or unhealthily. This is also fatal for a company. The existence of CV. Andromeda Utama in facing business competition, especially in the field of tourism, deserves more attention, this is because CV. Andromeda Utama is classified as a new company and is an individual business compared to other tourism service companies that are much longer in this field and are a company managed by several people who are experienced and more experts in this field.

Keywords: entrepreneurship, competition and motivation

[♠] Dosen INZAH Genggong Email: abdulhamid198024@gmail.com

PENDAHULUAN

Nabi Muhammad adalah nabi terakhir yang diturunkan oleh Allah untuk meneruskan ajaran-ajaran Allah yaitu agama Islam. Manusia sebagai khalifah di muka bumi ini. Selain mempunyai kewajiban untuk membangun dunia ini dan untuk mengeksploitasi sumber-sumber alamnya dengan cara yang adil dan sebaik-baiknya, dalam Islam manusia diajarkan untuk bekerja keras.

Islam menghapus semua perbedaan kelas antar umat manusia, dan menganggap amal sebagai kewajiban yang harus dilaksanakan oleh setiap orang sesuai dengan kapasitas dan kemampuan dirinya. Bukan hanya sebatas itu Islam telah mengangkat pada level kewajiban religius dengan menyebutkan kerja itu secara konsisten sebanyak 50 kali yang digandengkan dengan iman.¹

Dalam kajian tasawuf, posisi manusia terhadap kerja dapat dibagi ke dalam dua kategori atau dua tipe.

1. Orang yang berada di *maqom tajrid* yaitu, orang yang sudah tidak lagi membutuhkan kerja.
2. Orang yang berada pada *maqom ikhtiyar* yaitu, masih memerlukan usaha.²

Selain itu Islam juga mempunyai wawasan seputar tujuan dasar kerja, yaitu:

1. Mencukupi kebutuhan hidup diri dan keluarga.
2. Untuk memberikan kemaslahatan atau kesejahteraan bagi masyarakat luas, termasuk kehidupan berbangsa dan bernegara.
3. Untuk meningkatkan mutu pengabdian dan ketaatan pada Allah.³

Secara nyata manusia hidup di dunia ini membutuhkan banyak hal. Contoh saja butuh rumah atau tempat tinggal, butuh makan, butuh pendidikan untuk anak-anak, dan lain-lain. Untuk memenuhi kebutuhan itu manusia dianjurkan untuk berusaha, bukan malah berpangku tangan pada orang tua apalagi sama orang lain.

Seperti firman Allah dalam ayat suci Al-Quran, surat Al-Ankabut ayat 17 yang Artinya : “*Sesungguhnya apa yang kamu sembah selain Allah itu adalah*

¹ Mustaq Ahmad, Etika Bisnis dalam Islam, Jakarta; Pusta Al-Kausar, 2003, hal; 10

² Muhammad Tholchah Hasan, Dinamika Kehidupan Religius, Jakarta: Lista Farista Putra., 2006, hal; 184-185

³ Ibid, hal; 196-197

berhala, dan kamu membuat dusta.⁴ Sesungguhnya yang kamu sembah selain Allah itu tidak mampu memberikan rezki kepadamu; Maka mintalah rezki itu di sisi Allah, dan sembahlah Dia dan bersyukurlah kepada-Nya. hanya kepada-Nyalah kamu akan dikembalikan”. (Al-Ankabut : 17)⁵

Berbicara tentang usaha, di dunia ini banyak usah yang dikerjakan oleh manusia. Di mulai dari profesinya yang sebagai dokter, guru atau dosen, insinyur, petani, wiraswasta dan lain-lain. Dalam surat An-Najm ayat 39 diterangkan bahwa manusia dianjurkan untuk berusaha.



Artinya : *“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya”.* (Q.S An-Najm : 39)⁶

Di dalam dunia wiraswasta, persaingan adalah suatu hal yang biasa. Persaingan merupakan warna dari berwiraswasta. Tanpa adanya persaingan maka bekerjapun terasa hambar. Persaingan juga merupakan suatu motivasi untuk memajukan usaha dan membuat para bakerja semakin semangat untuk menghadapi rintangan-rintangan.

Persaingan dapat membawa dampak buruk juga pada dunia usaha kita apabila seorang pengusah tidak mampu mengendalikan dirinya dalam menghadapi persaingan sehingga pengusaha bersaing dengan tidak sempurna atau tidak sehat. Hal ini juga berakibat fatal untuk suatu perusahaan.

Apa pun bisnis yang kita tekuni, kualitas produk sudah menjadi keharusan. Tanpa kualitas produk yang baik, jangankan memenangkan persaingan, bertahan dalam hidup menjadi sulit, apalagi dengan adanya ketentuan sertifikasi untuk kualitas produk dan jasa yang kita tawarkan, aspek kualitas prima sudah bukan menjadi pilihan lagi, melainkan sudah menjadi persyaratan dasar untuk berbisnis.

⁴ Maksudnya: mereka menyatakan bahwa berhala-berhala itu dapat memberi syafaat kepada mereka disisi Allah dan ini adalah dusta.

⁵ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah, Bandung: CV. Diponegoro, 2005, surat Al-Ankabut ayat 17

⁶ Ibid, surat An-Najm ayat 39

Dari penjelasan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagai manusia harus berusaha dan bekerja keras. Dalam dunia usaha persaingan merupakan hal yang wajar, tetapi bagaimana kita mampu bersaing dengan sehat dan sempurna.

Eksistensi CV. Andromeda Utama dalam menghadapi persaingan usaha terutama dibidang perjalanan wisata patut mendapat perhatian yang lebih, hal ini karena CV. Andromeda Utama tergolong perusahaan baru serta merupakan usaha perseorangan jika dibandingkan dengan perusahaan jasa pariwisata lainnya yang jauh lebih lama menggeluti bidang ini serta merupakan perusahaan yang dikelola oleh beberapa orang yang telah berpengalaman serta lebih ahli pada bidang ini.

Dari sinilah peneliti mengangkat judul “Eksistensi CV. Andromeda Utama Untuk Menghadapi Persaingan Usaha dalam Perspektif Manajemen Pemasaran Syari’ah”

METODE PENELITIAN

Peranan metode dan prosedur penelitian merupakan salah satu unsur yang sangat penting, sebab dengan metode yang tepat dan benar, dapat memungkinkan tercapainya suatu tujuan penelitian.

Di samping itu metode merupakan sesuatu yang sangat penting untuk menerangkan cara-cara untuk mengadakan penelitian, sebagaimana yang diungkapkan oleh Mardalis, metode disini diartikan sebagai suatu cara atau teknis yang dilakukan dalam proses penelitian. Sedangkan penelitian itu sendiri diartikan sebagai upaya dalam bidang ilmu pengetahuan yang dijalankan untuk memperoleh fakta-fakta dan prinsip-prinsip dengan sabar, hati-hati dan sistematis untuk mewujudkan kebenaran.⁷

Selain itu pada hakikatnya metode penelitian adalah suatu cara dari sekian cara yang pernah ditempuh dilakukan dalam mencari kebenaran. Cara mendapatkan kebenaran tersebut ditempuh melalui metode ilmiah. Jadi, tidak berlebih-lebihan, apabila metode tersebut sebagai strategi dalam penelitian ilmiah. Tujuannya untuk meramalkan, mengontrol dan menjelaskan gejala-gejala yang

⁷ Mardalis, Metode Penelitian (Suatu Pendekatan proposal), Jakarta: Bumi Aksara, 2003, hal;24

teramati guna mendapatkan kebenaran yang kita inginkan. Sebagai suatu strategi, metode ilmiah memiliki langkah-langkah atau prosedur yang perlu ditempuh dalam mengamati gejala-gejala atau data sebagai bahan yang harus dipertimbangkan dalam mengungkapkan kebenaran tadi.⁸ Prosedur yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Secara operasional, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. penelitian dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah.⁹

Hal ini bukan berarti bahwa jenis penelitian kualitatif sama sekali tidak menggunakan dukungan data kuantitatif, akan tetapi penekanannya tidak pada pengujian hipotesis melainkan pada usaha menjawab pertanyaan penelitian melalui cara-cara berfikir formal dan argumentatif.

Penelitian kualitatif juga didefinisikan penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Jelas bahwa pengertian ini mempertentangkan penelitian kualitatif dengan penelitian bernuansa kuantitatif yaitu dengan menonjolkan bahwa usaha kuantifikasi apapun tidak perlu digunakan pada penelitian kualitatif.¹⁰

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian deskriptif termasuk salah satu jenis penelitian kategori penelitian kualitatif. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengangkat fakta, keadaan, variable dan fenomena-fenomena yang terjadi saat sekarang (ketika penelitian berlangsung) dan menyajikan apa adanya.

Penelitian deskriptif menuturkan dan menafsirkan data yang berkenaan dengan situasi yang terjadi dan dialami sekarang, sikap dan pandangan yang menggejala saat sekarang, hubungan antar variable, pertentangan dua kondisi

⁸ Subana dan Sudrajat, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*, Bandung: Pustaka Setia, 2005, hal;10

⁹ Saifuddin Azwar, *Metodelogi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 1998, hal; 5

¹⁰Ibid, hal;6

atau lebih, pengaruh terhadap suatu kondisi, perbedaan-perbedaan antar fakta, dan lain-lain. Masalah-masalah yang diamati dan diselidiki di atas memungkinkan penelitian deskriptif memiliki metode yang mengarah pada: studi komparatif, yaitu membandingkan perbedaan dan persamaan gejala-gejala tertentu; studi kuantitatif yang mengukur dan menampilan fakta melalui teknik survei, tes, *interview*, angket dan lain-lain; biasa bila menjadi sebuah studi korelasional satu unsur dengan unsur lainnya.

Penelitian deskriptif adalah penelitian tentang gejala-gejala dan keadaan yang dialami sekarang oleh subjek yang sedang akan diteliti. Akan tetapi kurang tepat kiranya jika ada pernyataan itu dibalikkan menjadi, karena penelitian ini mengungkap hal-hal yang terjadi pada subjek saat sekarang ini, maka metode penelitian ini berupa penelitian deskriptif.¹¹

3. Penentuan Subjek Penelitian (*Sample Purposive Sampling*)

Dalam suatu penelitian, subjek penelitian mempunyai mempunyai posisi yang sangat penting, sebagai individu yang memiliki informasi dan memilih informan yang dipandang dapat memberikan data secara akurat serta mengetahui masalah yang dikaji.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan subjek penelitian *Sample Purposive Sampling*. *Sample Purposive Sampling* adalah sama dengan *Sampel Bertujuan* yaitu dilakukan penelitian dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random, atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu.¹²

Penarikan sample secara *purposive* menekankan pada pertimbangan karakteristik tertentu dari subjek penelitiannya.¹³

Sampling yang dilaksanakan pada cara ini berdasarkan keputusan subjektif peneliti yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pada cara ini peneliti mula-mula mengidentifikasi semua karakteristik populasi yang hendak diteliti dan mempelajari karakteristik tadi. Kemudian memulailah

¹¹Ibid, hal; 26-27

¹² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006, hal;139-140

¹³ Op.cit, Subana dan Sudrajat, hal;126

peneliti menetapkan sampelnya berdasarkan pertimbangan-pertimbangan dirinya sendiri.¹⁴

Adapun objek penelitian dalam penelitian ini adalah di CV Andromeda Utama Jember. Adapun yang menjadi sumber informasi untuk memperoleh data adalah pemimpin CV Andromeda Utama Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember dan para karyawan.

4. Metode Pengumpulan Data

Di dalam penelitian hal terlebih dahulu yang harus difikirkan adalah metode apa yang akan digunakan dalam sebuah penelitian ini. Dalam metode pengumpulan data ini informasi yang didapatkan melalui pengukuran-pengukuran tertentu, untuk digunakan sebagai landasan dalam menyusun argumentasi logis menjadi fakta. Sedangkan fakta itu sendiri adalah kenyataan yang telah diuji kebenarannya secara empirik, antara lain melalui analisa data.¹⁵

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah:

a. Metode Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.¹⁶

Sedangkan menurut Notoatmodjo mendefinisikan observasi sebagai perbuatan jiwa secara aktif dan penuh perhatian untuk menyadari adanya rangsangan tadi setelah mengenai indra menimbulkan kesadaran untuk melakukan pengamatan.¹⁷

Dalam menggunakan metode observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau blangko pengamatan sebagai

¹⁴Sandjaja dan Albertus Herianto, *Panduan Penelitian*, Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2006, hal; 183

¹⁵ Abdurrahmat Fathoni, *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan skripsi*, Jakarta; PT. Renika Cipta, 2006, hal; 104

¹⁶ Ibid, hal; 104

¹⁷ Ibid, hal;141

instrumen. Format yang disusun berisi item-item tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan akan terjadi.¹⁸

Adapun data yang ingin peneliti peroleh dengan menggunakan metode observasi ini adalah:

- 1) Letak geografis CV. Andromeda Utama Kecamatan Summersari Kabupaten Jember.
- 2) Kondisi CV. Andromeda Utama Kecamatan Summersari Kabupaten Jember.

b. Metode Interview

Menyusun pedoman wawancara pada dasarnya sama dengan menyusun angket, bedanya pedoman wawancara, seorang peneliti melakukan kontak langsung dengan responden penelitian. Pertanyaan yang diajukan kepada responden secara lisan dan dijawab oleh responden secara lisan pula.¹⁹

Selain itu wawancara dalam suatu penelitian yang bertujuan mengumpulkan keterangan tentang kehidupan manusia dalam suatu masyarakat serta pendirian-pendirian itu merupakan suatu pembantu utama dari metode observasi (pengamatan).²⁰

Orang yang mengajukan pertanyaan dalam proses wawancara disebut pewawancara (*interview*) dan orang yang memberikan wawancara disebut (*interviewee*).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan interview bebas tepimpin, karena dalam melaksanakan wawancara peneliti membawa pedoman yang hanya merupakan garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan. Adapun data yang ingin diperoleh adalah sebagai berikut:

- 1) Situasi CV. Andromeda Utama Kecamatan Summersari Kabupaten Jember.

¹⁸ Ibid, hal; 229

¹⁹ Sanapiah Faisal, Format-Format Penelitian Sosial, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005, hal; 133

²⁰ Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Kualitatif, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007, hal;100

- 2) Peran CV. Andromeda Utama Utama Kecamatan Sumpersari Kabupaten Jember Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Tahun 2009.
- 3) Prinsip operasional CV Andromeda Utama Utama Kecamatan Sumpersari Kabupaten Jember.

c. Metode Dokumenter

Metode dokumentasi adalah tehnik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden.²¹

Metode ini tidak kalah penting dengan metode yang lain, metode dokumentasi juga metode yang mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.²²

Dibanding dengan metode yang lain, metode ini agak tidak begitu sulit, dalam arti apabila ada kekeliruan sumber datanya masih tetap, belum berubah.

Dengan demikian sudah sangat jelas bahwa metode dokumenter adalah metode yang digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan data dari berbagai bentuk.

- 1) Denah lokasi CV. Andromeda Utama Kecamatan Sumpersari Kabupaten Jember.
- 2) Sejarah berdirinya CV. Andromeda Utama Kecamatan Sumpersari Kabupaten Jember.
- 3) Manajemen Pemasaran CV. Andromeda Utama Untuk Menghadapi Persaingan dalam Perspektif Manajemen Pemasaran Syari'ah Tahun 2009.
- 4) Serta dokumen-dokumen lain yang diperlukan.

5. Analisa Data

Setelah semua data didapatkan dengan lengkap, maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah analisa data. Analisa data ini adalah

²¹ Op.cit, Abdurrahmat Fathoni, hal; 112

²² Op.cit, Suharsimi Arikunto, hal; 231

tahap yang sangat penting karena tahap ini adalah merupakan cara yang digunakan untuk menganalisa data yang terkumpul, sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang benar dan tepat serta dapat dipertanggung jawabkan.

Seperti yang dijelaskan oleh Bogdan dan Biklen analisa data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milihnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.²³

Dalam analisis data kualitatif, peneliti tidak harus menutup diri terhadap kemungkinan penggunaan data kuantitatif, karena data ini sebenarnya bermanfaat bagi pengembangan analisis data kualitatif itu sendiri.²⁴

Menurut Janice Mc Drury tahapan analisis data kualitatif adalah sebagai berikut:

- a. Membaca atau mempelajari data, menandai kata-kata kunci dan gagasan yang ada dalam data.
- b. Mempelajari kata-kata kunci itu, berupaya menemukan tema-tema yang berasal dari kata.
- c. Menuliskan model yang ditentukan.
- d. Koding yang telah dilakukan.²⁵

Dari definisi-definisi tersebut dapatlah kita pahami bahwa ada yang mengemukakan proses, ada pula yang menjelaskan tentang komponen-komponen yang perlu ada dalam sesuatu analisis data.

Adapun yang digunakan oleh peneliti adalah analisis data Reflektif thingking.

²³ Op.cit, Ilexy J Maleong, hal; 248

²⁴ Burhan Bungin. Analisis Data Penelitian kualitatif, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007, hal; 83

²⁵ Loc.cit., Ilexy J Maleong, hal; 248

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisa data reflektif thingking, yaitu kombinasi yang kuat antara berfikir deduktif dan induktif, yakni mendialogkan antara teori dan data empirik secara bolak-balik dan kritis.

Kemudian setelah data terkumpul secara keseluruhan, data yang bersifat kualitatif tersebut dideskripsikan dengan kata-kata atau kalimat kemudian dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.

Secara umum proses analisis data, peneliti harus memperhatikan:

- a. Transkrip wawancara
- b. Transkrip diskusi kelompok terfokus
- c. Catatan lapangan dari pengamatan
- d. Catatan harian peneliti
- e. Catatan kejadian penting
- f. Memo dan refleksi peneliti
- g. dan rekaman atau radio.²⁶

6. Validitas Data

Dalam keabsahan data, peneliti menggunakan validitas data triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Teknik triangulasi yang paling banyak yang digunakan ialah pemekrisaan melalui sumber lainnya.

Adapun validitas data triangulasi yang digunakan oleh peneliti adalah teknik pemeriksaan yang memanfaatkan pgunan teori, sumber dan penyidik. Teknik triangulasi teori berdasarkan anggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori.

Teknik triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

Dalam teknik terakhir yang digunakan peneliti adalah teknik penyidik yaitu dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data.

²⁶ Hamid Patilima, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta, 2005, hal;88

Jadi triangulasi berarti cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruktif kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan.²⁷

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Strategi CV. Andromeda Utama Dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Berdasarkan kondisi dan posisi perusahaan yaitu berada pada posisi baik (*favourable*) yaitu perusahaan memiliki kekuatan yang dapat dimanfaatkan dalam menjalankan peran-peran tertentu serta mempunyai peluang yang lebih baik untuk meningkatkan posisinya. Perusahaan memiliki strategi-strategi tertentu untuk menjalankan peranannya dalam menghadapi persaingan. Antara lain.

a. Strategi potongan harga

Strategi ini dilakukan dengan cara memberikan potongan harga tiket pesawat kepada para pelanggan tetap baik itu perorangan maupun agen-agen tiket pesawat yang menjalin kemitraan dengan perusahaan.

b. Strategi produk yang lebih murah

Strategi ini dilakukan dengan cara tetap menawarkan harga-harga tiket pesawat untuk kelas promo atau murah walaupun komisi yang diterima perusahaan sangat kecil tetapi hal ini jarang sekali dilakukan oleh perusahaan-perusahaan pesaing.

c. Strategi *prestige product*

Menawarkan produk-produk perusahaan baik itu berupa maskapai penerbangan ataupun paket umroh/haji yang memiliki nilai atau kualitas yang lebih baik. Seperti jenis/tipe pesawat yang digunakan, fasilitas hotel berbintang, dan lain-lain.

d. Strategi pengembangan produk

²⁷ Loc.cit., lexy J Maleong, hal; 332

Perusahaan terus dan selalu berusaha untuk mengembangkan produk-produk yang dimiliki untuk dapat lebih mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya terutama bidang jasa perjalanan wisata.

e. Strategi produk inovatif

Perusahaan selalu berusaha untuk menghasilkan produk-produk yang inovatif seperti penggunaan sms booking untuk mempermudah masyarakat dalam bertransaksi tiket pesawat.

f. Strategi pelayanan maksimal

Perusahaan berusaha untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan seperti informasi jadwal keberangkatan bus, kereta api, layanan pesan antar secara gratis, dan lain-lain.

g. Strategi efektifitas biaya

Perusahaan juga memanfaatkan fasilitas kemajuan teknologi dalam aktifitas kerjanya seperti internet, dan lain-lain.

h. Strategi promosi yang intensif

Perusahaan berusaha mengembangkan pasar dengan cara melakukan promosi-promosi baik itu secara lisan, media elektronik maupun media cetak.

2. Fungsi Manajemen Pemasaran CV. Andromeda Utama Guna Menghadapi Persaingan dalam Perspektif Manajemen Pemasaran Syari'ah

a. P-PLANNING (Perencanaan).

Fungsi manajemen perencanaan yang dilakukan oleh CV. Andromeda Utama yaitu merencanakan produk baru berupa Tour domestik maupun internasional seperti kegiatan kunjungan dinas/instansi, ziarah wali, outbond, inbound, study banding dan lain-lain. Produk ini merupakan pengembangan produk tour islami seperti umrah dan haji yang telah ada sebelumnya.

b. O-ORGANIZING (Pengorganisasian)

Fungsi pengorganisasian yang dilakukan oleh CV. Andromeda Utama yaitu melakukan pembagian tugas dan wewenang masing-masing bagian

dan struktur organisasi perusahaan. Hal ini terdapat pada bagian *reservation staff* yaitu adanya pembagian kerja antara staf ticketing yang menangani seluk beluk reservasi tiket pesawat domestik dan internasional secara online, *shuttle airport service* dan lain-lain serta staf tour yang lebih fokus pada kegiatan perjalanan wisata baik perencanaan maupun pelaksanaannya. Namun disini peran dari manajer operasional bahkan direktur juga diperlukan untuk melengkapi pelayanan kepada konsumen.

c. A-ACTUATING (Penggerakan)

Fungsi manajemen pergerakan dilakukan dengan cara melakukan promosi-promosi baik melalui media maupun secara lisan, menjaga serta meningkatkan pelayanan kepada konsumen agar lebih baik lagi dari waktu ke waktu.

d. C-CONTROLLING (Pengendalian/Pengawasan)

Fungsi manajemen pengendalian/pengawasan yang dilakukan yaitu pengendalian harga tiket pesawat agar tetap mampu bersaing dengan perusahaan pesaing. Selain itu juga perusahaan berusaha untuk selalu melakukan inovasi-inovasi produk-produk baru yang berbeda dengan perusahaan pesaing seperti layanan *sms booking*, layanan pesan antar dan lain-lain, dalam hal ini perusahaan pesaing yang dihadapi oleh CV. Andromeda Utama terutama untuk wilayah Jember yaitu Warna Indonesia Tour and Travel, Nuansa Wisata Tour and Travel, Luna Tour and Travel serta banyak biro perjalanan lainnya. Perusahaan juga menempatkan tenaga-tenaga yang cukup berkompeten pada bidangnya sehingga pelayanan pada konsumen dapat maksimal.

Kegiatan pemasaran merupakan faktor penting yang berperan secara signifikan terhadap keberhasilan suatu perusahaan dalam menjual barang atau jasa yang dihasilkan. Pemasaran adalah ujung tombak suatu perusahaan dalam meraih keuntungan dan kemampuan untuk bertahan dalam persaingan kerja.

Beberapa alasan mengapa pemasaran (marketing) penting bagi biro perjalanan wisata. Antara lain.

- 1) Objek-objek wisata baik didalam maupun diluar negeri, objek alam ataupun kebudayaan yang berbeda pada suatu daerah
- 2) Penghasilan (*income*) masyarakat berbeda-beda sesuai dengan kedudukannya dalam masyarakat
- 3) Fasilitas (*transportation, accommodation*) yang digunakan sangat bervariasi, bergantung pada situasi, kondisi dan kebijakan pihak-pihak yang berwenang
- 4) Adanya faktor hari-hari libur bagi karyawan, mahasiswa serta pelajar
- 5) *Events* dan *tourist attraction* tidak tersedia sepanjang tahun, tetapi bersifat musiman

Salah satu dari sifat jasa adalah *intangibile* (tak berbentuk). Oleh karena itu pemasaran produk jasa tentu berbeda dengan pemasaran produk non jasa. Oleh karena itu, strategi pemasaran perlu untuk dirumuskan dengan baik. CV Andromeda Utama Tours, Travel and Ticketing mempunyai setrategi pemasaran sebagaimana tertuang dalam Rencana Strategis perusahaannya yaitu Strategi Pemasaran Campuran yang meliputi:

1) Strategi Produk

a) Persiapan Produk

Mempersiapkan produk jasa pelayanan wisata dan perjalanan berdasarkan lebarnya bauran produk, panjangnya lini produk, dalam dan konsistensinya dari bauran produk atau lini produk.

Produk-produk jasa antara lain.

(1) Penjualan tiket

(a) Penjualan tiket pesawat domestik dan internasional

Pelayanan produk jasa ini dilakukan dengan cara menyediakan tiket pesawat rute domestik maupun internasional secara online dengan ragam kualitas maskapai serta variasi harga.

(b) Penjualan tiket kereta api

(2) Penyelenggaraan Umrah dan Haji khusus

(a) Penyelenggara Umrah

Pelayanan produk jasa ini dilakukan dengan cara bekerja sama dengan beberapa biro perjalanan Umrah dan Haji dengan penawaran kualitas produk dan harga yang beragam.

(b) Penyelenggara Haji khusus

Sama dengan pelaksanaan pelayanan produk jasa umrah. Pelayanan produk jasa ini dilakukan dengan cara bekerja sama dengan beberapa biro perjalanan Umrah dan Haji dengan penawaran kualitas produk dan harga yang beragam.

(3) Pengurusan dokumen perjalanan

(a) Pengurusan paspor

Pelayanan produk jasa ini dilakukan dengan cara bekerjasama dengan instansi yang terkait yaitu Kantor Imgrasi.

(b) Pengurusan Visa

(c) Pengurusan *Exit Permit*

b) Penyediaan sarana transportasi

(1) Penyelenggaraan angkutan antar kota

Pelayanan produk jasa ini dilakukan dengan cara bekerjasama dengan *travel-travel* yang menyediakan angkutan atau jasa transportasi antar kota.

(2) *Shuttle airport service*

Sama dengan pelaksanaan pelayanan produk jasa angkutan antar kota. Pelayanan produk jasa ini juga dilakukan dengan cara bekerjasama dengan *travel-travel* yang menyediakan angkutan atau jasa transportasi antar kota.

(3) Penyelenggaraan jasa informasi

(a) *Tourist information*

(b) Jasa telekomunikasi

c) Jasa pengiriman

(1) Layanan pesan antar (*delivery order*)

Pelayanan produk jasa ini dilakukan dengan cara mengantarkan tiket yang telah dipesan oleh konsumen ke tempat konsumen berada.

(2) Prioritas Produk Terpenting

Memberikan prioritas pengembangan bagi produk inti yaitu produk yang memiliki tingkat kontribusi tinggi dengan volume penjualan yang maksimal. Selain itu produk tersebut merupakan produk yang memungkinkan perusahaan memperoleh keuntungan kompetitif di pasar.

2) Pendekatan Operasi Penjualan

Pendekatan operasi penjualan produk berdasarkan hakekat dan cirri produk jasa perusahaan yang pada prinsipnya merupakan produk yang berpangkal pada manusia sekaligus fasilitas yaitu.

- a) Mengusahakan visualisasi dari produk jasa perusahaan
- b) Menyeleksi dan melatih karyawan untuk mengantisipasi sifat jasa yang berubah-ubah
- c) Menciptakan citra baik berupa gaya, pola, pelayanan, merek dari jasa perusahaan
- d) Lain-lain.

3) Strategi Harga

Harga yang ditentukan oleh perusahaan untuk produk yang dihasilkan haruslah dapat membantu melaksanakan strategi perusahaan berdasarkan tahapan maupun prioritasnya. Keuntungan perusahaan dapat diraih jika harga yang ditawarkan untuk produk yang mempunyai kontribusi tinggi dan dapat menghasilkan tingkat penjualan yang tertinggi.

Di bidang industri jasa, factor kepercayaan dari konsumen merupakan factor kunci dalam pemasaran produk perusahaan. Untuk itu strategi harga harus diupayakan dapat mendukung pertumbuhan dan perkembangan dalam persaingan bisnis yang ketat.

4) Strategi Saluran Distribusi

Berdasarkan sifat produk yang dihasilkan perusahaan dimana produk tersebut merupakan perpaduan antara barang (fasilitas wisata) dan jasa (pelayanan wisata), maka perusahaan harus sedapat mungkin

untuk mendekati pasar atau pemakai jasa. Hal ini untuk mengantisipasi karakter jasa yang tidak dapat disimpan dan mudah berubah.

5) Strategi Memasuki Pasar

Pasar yang akan dituju oleh perusahaan ada dua, yaitu.

a) Pasar yang sama dengan pesaing

Dalam hal ini pasar yang dituju oleh perusahaan adalah pasar yang sama dengan pesaing sehingga perlu dilakukan pendekatan strategi yang lebih baik dari pesaing

b) Pasar baru

Dalam hal ini pasar yang dituju oleh perusahaan adalah pasar baru sehingga yang diperlukan adalah promosi produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan agar dikenal dan diminati oleh masyarakat pada pasar baru tersebut.

Dalam hal ini pasar yang dimasuki dan dihadapi oleh CV Andromeda Utama Tours, Travel and Ticketing adalah pasar yang sama dengan pesaing. Sehingga CV Andromeda Utama Tours, Travel and Ticketing perlu menggunakan pendekatan setrategi sebagai berikut:

(1) Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar dilakukan dengan promosi-promosi baik melalui media maupun secara langsung atau lesan.

(2) Pengembangan Produk

Strategi ini dilakukan dengan cara menambah jumlah serta kualitas produk dan jasa yang dihasilkan. Seperti kualitas produk umrah dan haji, perusahaan menyediakan produk umrah dan haji dengan kualitas standard untuk wilayah Jember dan sekitarnya, dan juga produk umrah dan haji dengan kualitas yang lebih mahal.

(3) Diversifikasi Produk

Strategi ini dilakukan dengan cara melakukan terobosan-terobosan baru yang berbeda dengan produk dan jasa yang dihasilkan oleh pesaing. Seperti *Sms Booking* (pembukuan menggunakan sms)

sehingga konsumen yang sedang berada di luar kota Jember atau tidak ada waktu untuk melakukan transaksi secara langsung di kantor CV. Andromeda Utama dapat memenuhi kebutuhannya akan jasa transportasi penerbangan.

PENUTUP

1. Kesimpulan

a. Strategi CV. Andromeda Utama Dalam Menghadapi Persaingan Usaha

CV. Andromeda Utama memiliki strategi-strategi tertentu untuk menjalankan peranannya dalam menghadapi persaingan. Antara lain, CV. Andromeda Utama memberikan potongan harga, pelayanan yang maksimal, dengan menyediakan produk-produk yang lebih murah, inovatif serta memiliki kualitas yang lebih baik daripada produk-produk yang sama yang dihasilkan oleh pesaing.

CV. Andromeda Utama juga melakukan promosi yang intensif dan pengembangan produk untuk memperluas pemasaran produk-produk yang dihasilkan dengan tetap memperhatikan efektifitas biaya untuk memperbesar keuntungan secara finansial.

b. Fungsi Manajemen Pemasaran CV. Andromeda Utama Guna Menghadapi Persaingan dalam Perspektif Manajemen Pemasaran Syariah

Aktifitas transaksi penjualan tiket pesawat yang dilakukan CV. Andromeda Utama dilakukan secara terbuka dengan konsumen baik berupa biaya administrasi, ongkos kirim tiket maupun komisi perusahaan. Sehingga dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa aktifitas manajemen yang dilakukan CV. Andromeda Utama telah sesuai dengan syariah.

Aktifitas pemasaran yang dilakukan pada CV. Andromeda Utama dilakukan melalui media promosi, secara lisan maupun secara pendekatan emosional. Hal ini dilakukan dengan melakukan penjelasan-

penjelasan kepada konsumen atau calon konsumen mengenai manajemen perusahaan dalam melakukan transaksi penjualan produk maupun produk-produk yang dimiliki perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Mustaq, 2003, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta; Pusta Al-Kausar
- A Partanto, Pius Dan Dahlan Al Barry, 1994, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Arkola
- Arikunto, Suharsimi, 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta:PT. Rineka Cipta
- Audi C, Erhans A, 1995, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Penerbit Indah Anggota IKAPI
- Azwar, Saifuddin, 1998, *Metodelogi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset
- Bugin. Burhan, 2007, *Analisis Data Penelitian kualitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- _____, 2007, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Departemen Agama RI, 2005, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Bandung: CV. Diponegoro
- Faisal, Sanapiah, 2005, *Format-Format Penelitian Sosial*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Fathoni, Abdurrahmat, 2006, *Metode Penelitian dan Tekhnik Penyusunan skripsi*, Jakarta; PT. Renika Cipta
- Hadi, sutrisno, 1993, *Metodelogi Research*, Yogyakarta: Universitas Gaja Mada
- Hasan, Muhammad tholchah, 2006, *Dinamika Kehidupan Religius*, Jakarta: Lista Farista Putra
- Hajar, Ibnu Al-Asqalani, 2000, *Terjemahan Bulunghul Maram*, Jakarta: Pustaka Amani
- Herianto, Albertus dan Sandjaja, 2006, *Panduan Penelitian*, Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, 2006, *Syari'ah Marketing*, Bandung: PT. Mirzan Pustaka

- Maleong, Ixey J, 2008, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Refisi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mardalis, 2003, *Metode Penelitian (Suatu Pendekatan proposal)*, Jakarta: Bumi Aksara
- Patilima, Hamid, 2005, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta
- Soekarno K, 1986, *Dasar-Dasar Manajemen cetakan XIV*, Jakarta: Miswar
- Sudrajat dan Subana, 2005, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*, Bandung: Pustaka Setia
- Sukamdiyo, 1997, *Manajemen Koperasi*, Jakarta: Erlangga
- Supardi, 2005, *Metodelogi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: UII Press
- Syafi'i, Rachmat, 2004, *Fiqih Muammalah*, Bandung: Pustaka Setia
- www.google.com, *Dasar-Dasar Marketing*, Ditulis pada 6 Agustus 2008 oleh Ahmad Kurnia
- www.google.com, *Pelayanan Konsumen, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pemakai Hotel Jakarta Jogjakarta"*, www.skripsi-tesis.com/07/27
- www.google.com, *Pelayanan Konsumen* (www.roy-sembel.com), Roy Sembel, Direktur MM Finance Plus, Universitas Bina Nusantara, Copyring © Sinar Harapan 2003
- Zainuddin, Djedjen dan Suparta, 2003, *Fiqih*, Semarang: PT. Karya Toha Putra
- Zuhri, H. Mohammad, 1994, *Terjemahan Fiqh madzhab Baian Ibadah*, Semarang: CV. Asy Syifa'