

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Profil PT. Qolbu Amanah Perdana Banjarmasin**

###### **a. Sejarah PT. Qolbu Amanah Perdana**

PT. Qolbu Amanah Perdana Tour & Travel didirikan pada 14 april 2011 merupakan perusahaan resmi yang bergerak dalam bidang Haji Khusus, Umroh, Tour Wisata, Ticketing Domestik dan Internasional atas nama pemilik sekaligus Direktur Bapak H. Gusti Faisal, SE. Beralamatkan di Jl. Sultan Adam No.04 RT.28 Banjarmasin 70122. Sebelum tahun 2011 QAP Tour & Travel sudah berdiri, namun masih dengan nama PT. Qolbu Wisata Mulyo pada awal keberangkatan saja, kemudian diubah menjadi PT. Qolbu Amanah Perdana.

Dalam melaksanakan aktivitas usahanya QAP Tour & Travel didukung oleh tenaga ahli dan staff karyawan yang berpengalaman di bidangnya. Hal ini dilengkapi oleh payung hukum yang berlakun di Negara Indonesia sehingga seluruh aktivitasnya dijalankan dengan penuh tanggung jawab.

Surat izin oleh PT. Qolbu Amanah Perdana Tour & Travel Banjarmasin sebagai berikut :

1. SK KEMUNKUMHAM RI untuk pendirian PT. No. AHU-22942.AH.01.01 Tahun 2011 Tanggal 06 Mei 2011
2. Nomor Induk Berusaha (INB) : 9120101952007
3. SK DIRJEN KEMENAG RI untuk izin penyelenggaraan Haji Khusus, No. PHU/HK.3296/IV/2016
4. SK DIRJEN KEMENAG RI untuk izin penyelenggaraan Umrah, No. 603/2018
5. Asosiasi Penyelenggara Haji Umrah dan In Bound Indonesia (ASPHURINDO) dengan nomor anggota : 018
6. Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia (ASITA) No.0225/XIII/DPP/2011

**b. Visi, Misi Dan Motto Perusahaan**

Visi :

- 1) Menjadi Penyelenggara Haji Khusus dan Umrah dengan pelayanan berkualitas dan bimbingan ibadah sesuai Al-Qur'an dan sunnah.
- 2) Memberikan pelayanan dan kenyamanan untuk mewujudkan kakhusukan ibadah.

Misi :

- 1) Senantiasa berupaya untuk berpegang teguh kepada prinsip ajaran islam dalam semua aspek operasioal perusahaan.
- 2) Memiliki sumber daya manusia yang bertaqwa, loyal keada perusahaan, amanah, profesional, serta ditopang oleh sistem ICT yang handal dan mekanisme kerja yang kondusif, efektif, dan efisien.

- 3) Inovatif, progresif, dan bekerja keras untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

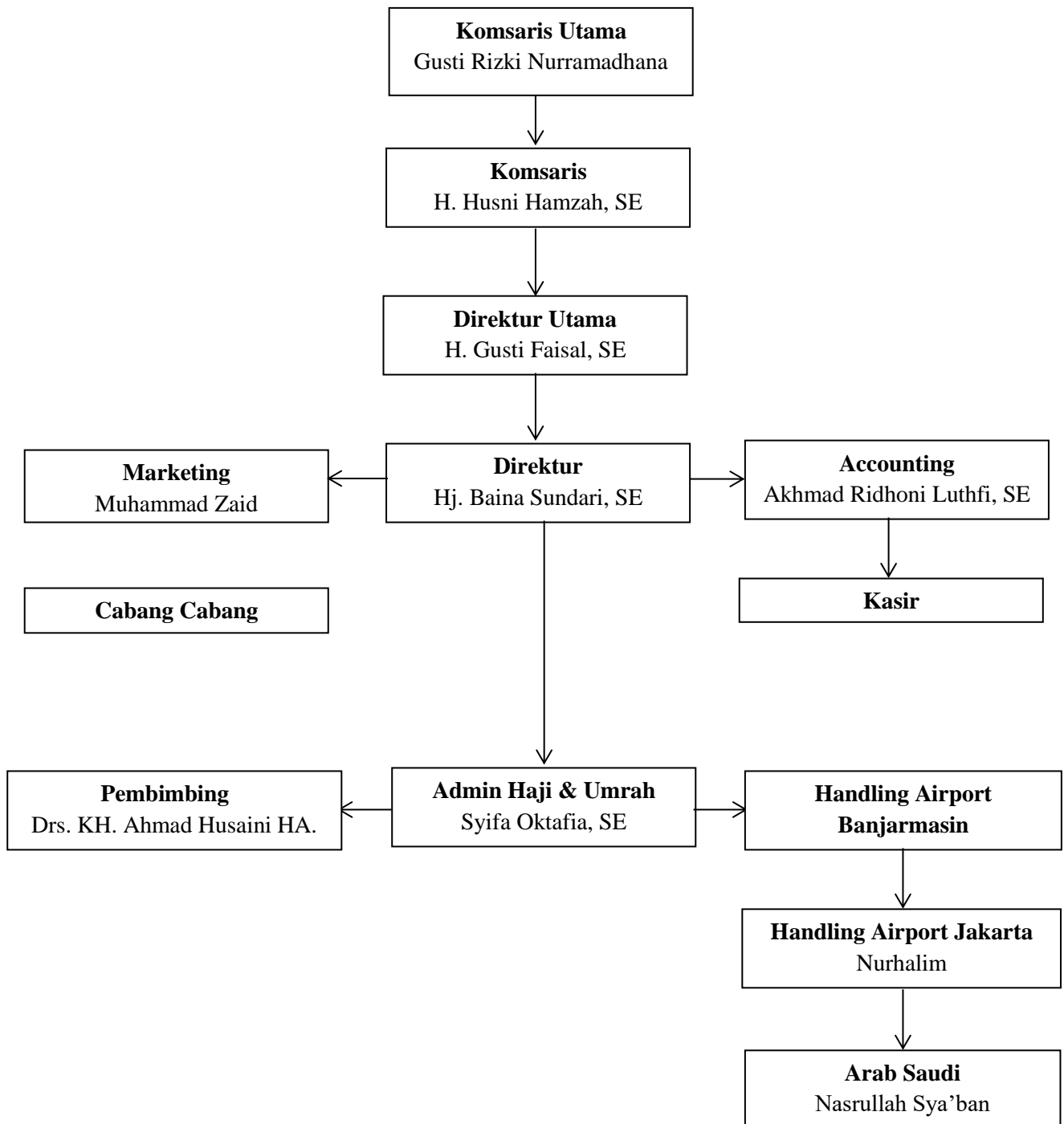
Motto :

“Menjembatani niat untuk menuju Baitullah dan rindu Rasulullah”

### **c. Struktur Kepengurusan Perusahaan**

Struktur organisasi suatu perusahaan memegang peranan yang cukup penting, ini dikarenakan struktur organisasi merupakan suatu kerangka atau gambaran yang terstruktur untuk menjadi acuan bagian dari tujuan yang berhubungan dengan tugas pada perusahaan tersebut. Hal ini agar kegiatan dan tugas yang telah dibentuk lebih terarah dan terstruktur. Dengan organisasi yang baik maka pencapaian tujuan suatu perusahaan dapat terlaksana serta terwujud secara efektif serta efisien.

Bagan 4. 1 Struktur Organisasi PT. Qolbu Amanah Perdana



Tugas serta wewenang setiap bagian struktur organisasi PT. Qolbu Amanah Perdana Tour & Travel :

- 1) RUPS atau Rapat Umum Peegang Saham merupakan lembaga tertinggi di perusahaan yang terbaik mengangkat dan memberhentikan Direktur maupun Komisaris.
- 2) Dewan Komisaris berfungsi mengawasi kinerja jajaran direksi perusahaan. Komisaris bisa memeriksa pembukuan, menegur direksi, memberi petunjuk, bahkan bila perlu memberhentikan direksi.
- 3) Dewan Direksi
  - a. Memilih dan berwenang atas pengurus dan hal – hal yang berkaitan kepentingan perseroan sesuai maksud dan tujuan perseroan.
  - b. Mewakili perseroan untuk melakukan perbuatan hukum baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan UUPT dan anggaran dasar.
  - c. Melakukan pengurusan perusahaan sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan.
  - d. Menyusun rencana pengembangan perseroan serta rencana kerja tahunan sebelum dimulainya tahun anggaran berikutnya.
- 4) Direktur Utama
  - a. Menentukan kebijakan tertinggi perusahaan.
  - b. Memimpin serta mengendalikan jalannya perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

- c. Mengatur jalannya perusahaan.
  - d. Mengatur pembagian tugas pekerjaan sesuai dengan divisinya masing-masing.
  - e. Memberikan sanksi terhadap karyawan dalam perusahaan, dapat juga memberhentikan atau melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK).
  - f. Mengawasi pelaksanaan operasi melalui laporan yang diterima.
  - g. Menyetujui dan menetapkan program kerja dan rencana anggaran perusahaan.
  - h. Merupakan pengambilan keputusan terakhir atas perencanaan, investasi, dan masalah dalam perusahaan.
  - i. Menerima hasil laporan yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan dari manajer secara berkala.
  - j. Memimpin rapat direksi dan memberikan petunjuk kepada bawahan.
- 5) General Manajer
- a. Membantu direktur menjalankan perusahaan.
  - b. Membantu direktur dalam pembagian tugas setiap divisi.
  - c. Bertanggung jawab terhadap direktur.
  - d. Menjalin hubungan dengan perusahaan-perusahaan lain untuk kepentingan perusahaan.
  - e. Memberikan hasil laporan kegiatan perusahaan kepada direktur secara berkala.

- f. Membantu memberikan saran dan masukan kepada direktur.
  - g. Bertanggung jawab untuk menggerakkan apa yang direncanakan perusahaan.
  - h. Mengkoordinir dan mengawasi aktivitas manajer di bawahnya.
- 6) Manajer Operasional
- a. Mengkoordinasi dan mengawasi semua kegiatan operasional perusahaan.
  - b. Bertanggung jawab terhadap semua kegiatan operasional perusahaan.
  - c. Mengelola dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan.
- 7) Manajer Keuangan
- a. Bekerjasama dengan manajer lain, pada tahap ini manajer perusahaan bertugas merencanakan dan membentuk aspek-aspek dalam perusahaan termasuk perencanaan umum keuangan perusahaan.
  - b. Bertanggung jawab untuk membantu perencanaan bisnis dan pengambilan keputusan dengan menyediakan penasihat keuangan yang sesuai.
  - c. Memutuskan beberapa aktiva yang bisa dikelola oleh perusahaan.
  - d. Memutuskan segala sesuatu yang berhubungan dengan dana yang dimiliki pada pengeluaran dan pemasukan perusahaan dalam rangka operasionalnya.

- e. Memutuskan pengelolaan dan penggunaan dana maupun aktiva.
- 8) Manajer Pemasaran
- a. Bertanggung jawab terhadap hasil penjualan dan penggunaan dana promosi.
  - b. Membina bagian pemasaran dan membimbing seluruh karyawan dibagian pemasaran.
  - c. Melakukan perencanaan strategi pemasaran dengan memperhatikan trend pasar dan sumber daya perusahaan.
  - d. Merencanakan pengembangan jaringan pemasaran.
- 9) Staf Haji dan Umrah
- a. Melaksanakan pelayanan, bimbingan, pendaftaran, dan pengelolaan sistem informasi dibidang Haji dan Umrah.
  - b. Melayani pendaftaran Haji dan Umrah.
  - c. Mengkoordinasikan apa saja yang harus dilakukan dengan staf umrah di Arab Saudi.
  - d. Evaluasi dan penyusunan laporan di bidang Haji dan Umrah.
- 10) Handling Airport
- a. Membantu bagian staf umrah ketika di Bandara
  - b. Melayani dan mengawasi jemaah saat di Bandara.
- 11) Accounting
- a. Membantu tugas manajer keuangan.
  - b. Menyusun dan membuat laporan keuangan perusahaan.
  - c. Menyusun dan membuat laporan perpajakan.



- d. Menyusun dan membuat laporan pengeluaran perusahaan secara periodik (bulanan/tahunan).
  - e. Melakukan pembayaran terhadap gaji karyawan.
  - f. Menyusun dan membuat surat-surat yang berhubungan dengan perbankan dan kemampuan keuangan perusahaan.
- 12) Administrasi
- a. Melaksanakan kegiatan pelayanan kantor.
  - b. Melaksanakan aktivitas penyiapan ruang kerja dan peralatan kantor untuk seluruh pegawai.
  - c. Melaksanakan kegiatan surat-menyurat, dokumentasi, dan pengarsipan untuk memastikan dukungan administrasi bagi kelancaran seluruh karyawan.
  - d. Membuat rencana dan mengevaluasi kerja harian dan bulanan untuk memastikan tercapainya kualitas target kerja yang dipersyaratkan dan sebagai bahan informasi kepada atasan.
- 13) Kasir
- a. Melakukan tugas pada proses pembayaran.
  - b. Melakukan pencatatan pada semua transaksi.
  - c. Menyerahkan laporan pada bagian staf *accounting*.
- 14) Ticketing / Reservasi
- a. Memberikan informasi dengan tidak ada yang kurang mengenai apapun yang dibutuhkan oleh *costumer*, seperti jadwal

penerbangan, harga tiket, jenis pesawat, time limit, fasilitas dan lain-lain.

b. Memboking dan mengissued (mencetak) tiket *costumer*.

#### d. Sumber Daya Manusia PT. Qolbu Amanah Perdana Banjarmasin

Tabel 4.1 Total kepegawaian

No	Sumber Daya Manusia	Jumlah
1	Komisaris Utama	1
2	Komisaris	1
3	Direktur Utama	1
4	Direktur	1
5	Marketing	1
6	Accounting	1
7	Admin Haji dan Umroh	1
8	Pembimbing	1
9	Handling Airport Banjarmasin	1
10	Handling Airport Jakarta	1
11	Handling Airport Arab Saudi	1
<b>Total</b>		<b>11</b>

Sumber : arsip data kepegawaian PT. Qolbu Amanah Perdana

## 2. Aktivitas Usaha Pokok Biro Perjalanan

Terdapat aktivitas usaha pokok, terdiri dari :

- a. Informasi perjalanan, yang mana setiap perusahaan perjalanan harus mampu menyiapkan kemudahan dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan kebutuhan untuk mencapai tujuan suatu perjalanan. Informasi yang baik hendaknya dapat memenuhi ketentuan dan kriteria:
  - 1) Informasi yang diberikan harus jelas dan nyata.
  - 2) Informasi merupakan langkah awal sebelum pemesanan.
  - 3) Isi informasi harus tepat, benar, lengkap, dan masih berlaku.

Beberapa pertanyaan yang sering dipertanyakan kepada perusahaan perjalanan :

1. Jenis angkutan : darat, laut, dan udara.
2. Harga / biaya / tarif berhubungan dengan fasilitas perjalanan termasuk cara perhitungannya
3. Jadwal (*time table / schedule*)
4. Peraturan yang menyangkut dokumen perjalanan
5. Karantina dan cek kesehatan
6. Iklim dan berita cuaca
7. Mata uang yang digunakan
8. Akomodasi dan restaurant
9. *Traveling, excursion*, dan paket *tour*
10. Entertainment
11. Program dan rute perjalanan

Dari permintaan yang terkait dapat dikatakan seorang informan perusahaan perjalanan selain harus profesional di bidangnya, dia perlu juga memperhatikan faktor-faktor sebagai salesman, karena pemberian informasi ini sebagai langkah awal promosi atau pemasaran.

b. Memberikan Sarana Program Perjalanan

Perusahaan perjalanan memberikan sarana kepada costumer yang melakukan program perjalanan atau *tour itinerary*. Apa saja yang menjadi gambaran fasilitas yang diberikan perusahaan seperti fasilitas wisata, waktu

dan tujuan yang diperlukan serta hal-hal yang diperlukan oleh seorang traveller.

c. Menjual Tiket

Tiket merupakan suatu dokumen penting saat melakukan perjalanan berbentuk tulisan atau cetakan menyatakan bahwa orang yang bersangkutan dengan nama yang tertulis pada berkas tersebut berhak untuk menerima fasilitas pelayanan perjalanan sesuai yang telah disediakan. Menjual tiket bisa bersifat penjualan tiket mandiri ataupun penjualan tiket rombongan.

d. Membuat Pemekaran Usaha Baru

Berpegang pada hadist dalam hal berdagang yang berbunyi “*sembilan dari sepuluh pintu rejeki ada dalam perdagangan*”.<sup>1</sup> Meskipun hadist ini terbilang *dhoif* (lemah) namun hadist ini sering digunakan para wirausaha sebagai bentuk penyemangat bagi mereka. PT. Qolbu Amanah berinisiatif untuk membuka cabang pemekaran usaha baru ketika masa pandemi Covid-19 berlangsung untuk tetap mempertahankan eksistensi perusahaannya.

Pemekaran usaha baru yang digeluti oleh PT. Qolbu Amanah Perdana selain menyediakan paket Tour dan Travel adalah menjual beberapa oleh-oleh khas Arab yang sudah berdiri sejak 2019. Oleh-oleh khas Arab tersebut antara lain air zam-zam dan beberapa jenis kurma. Bapak Akhmad Ridoni selaku staf bidang *Accounting* yang memegang pemekaran usaha ini mengatakan :

“pemekaran usaha baru yang kami lakukan ketika wabah pandemik Covid-19 muncul. Usaha ini di kelola semata-mata untuk memberikan sedikit obat rindu kepada Baitullah selama pandemik berlangsung. Dimana perjalanan

---

<sup>1</sup> Ibrahim Al Harbi dalam Ghorib Al Hadits dari Hadits Nu'aim bin 'Abdirrahman

ibadah Haji dan Umroh di seluruh Negara diberhentikan. Alhamdulillahnya kami memiliki jalur distributor yang mampu mengirimkan air zam-zam dan beberapa jenis kurma yang langsung di import dari Arab Saudi. Untuk pengelolaan dan pemasaran dilakukan dengan cara online dan dikirim menggunakan kurir, sehingga para konsumen hanya menunggu dari rumah saja.”<sup>2</sup>

Dapat disimpulkan bahwa pemekaran usaha baru yang dijalankan oleh PT. Qolbu Amanah Perdana tergolong sukses meskipun terhalang oleh wabah pandemi Covid-19.

### **3. Produk Layanan Umrah QAP Tour & Travel**

#### **1. Produk PT. Qolbu Amanah Perdana**

Beberapa tawaran produk yang ditawarkan oleh PT. Qolbu Amanah

Perdana, Ibu Syifa selaku admin Haji dan Umroh mengatakan :

“ Produk yang ditawarkan kepada jemaah pada travel kami terbilang masih cukup sedikit. Dikarenakan, kami masih belum bisa membuat program umroh plus wisata ke negara-negara seperti kebanyakan yang travel lain lakukan. Penawaran produk kami hanya terbilang 2 kelompok saja, yaitu paket reguler dan paket promo. Perbedaan antara dua paket ini sebenarnya pada tarifan yang biasanya selisih dari harga umroh promo dan reguler bisa mencapai 2-3 juta dan penempatan hotel ketika di Mekkah dan Madinah yang berbeda. Untuk fasilitas layanan yang travel kami sediakan semuanya sama rata”<sup>3</sup>

Produk QAP Tour & Travel ada dua paket yaitu umrah paket reguler dan paket promo. Kedua paket umrah tersebut berlangsung selama dua belas hari. Dua belas hari ini, sehari perjalanan Indonesia - Arab Saudi, sepuluh hari di Arab Saudi yaitu pola 4/6 yaitu 4 hari di Madinah dan 6 hari di

---

<sup>2</sup> Akhmad Ridoni Luthfi, Wawancara pada 20 Oktober 2022 di PT. Qolbu Amanah Perdana.

<sup>3</sup> Syifa Oktafia, Wawancara pada tanggal 13 September 2022 di PT. Qolbu Amanah Perdana.

Mekkah, dan sehari nya perjalanan pulang dari Arab Saudi ke Indonesia.

Adapun perincian paketnya sebagai berikut :

Tabel 4.2 Paket Umroh Reguler

Durasi	Akomodasi	
	Mekkah	Madinah
12 Hari	Almultazam / Setaraf	Al Rawasi Safir / Setaraf

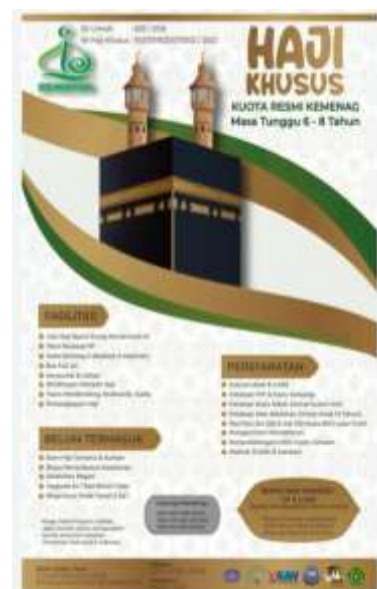
Sumber : Dikutip dari brosur PT. Qolbu Amanah Perdana November 2020

Tabel 4.3 Paket Umroh Promo

Durasi	Akomodasi	
	Mekkah	Madinah
12 Hari	Dallah Aljyad / Setaraf	Al Salihiya Diamond / Setaraf



Gambar 4. 1 Brosur umroh PT. Qolbu Aamanah Perdana



Gambar 4. 2 Brosur haji PT. Qolbu Aamanah Perdana

sumber : Dikutip dari brosur PT. Qolbu Amanah Perdana November 2020

## 2. Fasilitas PT. Qolbu Amanah Perdana

### a. Manasik Pra Keberangkatan

PT. Qolbu Amanah Perdana banyak memberikan pembekalan materi bacaan dan praktek kepada jemaahnya yang menjadi salah satu keunggulan tersendiri. Manasik ibadah ini dilakukan langsung oleh para kyai berpengalaman serta didukung oleh alat yang memadai hingga mempermudah para jemaah untuk memahami proses manasik yang disampaikan. Salah satunya ada KH. Ahmad Husaini yang menjadi pembimbing manasik haji dan umroh di QAP dan biasanya dilakukan di hotel-hotel yang ada di Banjarmasin.

### b. Fasilitas Pendukung

1. Tiket pesawat PP (start Banjarmasin)
2. Visa Umrah
3. Handling Airport dan Hotel
4. Asuransi perjalanan ibadah haji dan umrah (syariah)
5. Transportasi Bus full ac
6. Makan 3x sehari
7. Bimbingan manasik 1x
8. Biaya mahram (wanita usia di bawah 45 tahun)
9. Koper
10. Tas selempang dan tas sepatu
11. Baju batik
12. Khimar

13. Sabuk ihrom
14. Buku panduan
15. Buku doa
16. Id card
17. Air zam-zam 5L
18. Audio haji selama perjalanan umrah<sup>4</sup>

#### **B. Hasil Analisis PT. Qolbu Amanah Perdana dalam mempertahankan eksistensinya pada masa pandemi Covid-19**

Hasil penelitian kualitatif didapat dari observasi dan wawancara serta data dari perusahaan, sedangkan penelitian kuantitatif didapat dari pengisian kuesioner untuk menghasilkan nilai, bobot dan rating. Hasil penelitian ini juga terkait dengan strategi yang digunakan PT. Qolbu Amanah Perdana dalam mempertahankan eksistensinya pada masa pandemi Covid-19 dengan menggunakan analisis SWOT. Strategi merupakan alat untuk bersaing yang mengedepankan keunggulan, dengan demikian salah satu fokus strategi ialah untuk memutuskan apakah bisnis tersebut dapat dipertahankan atau dihilangkan. Sedangkan analisis SWOT merupakan suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Dimana analisis SWOT ini terdiri dari faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis SWOT untuk menentukan hasil strategi yang digunakan oleh PT. Qolbu Amanah Perdana

---

<sup>4</sup> Arsip produk dan fasilitas PT. Qolbu Amanah Perdana, dikutip pada oktober 2022



dalam mempertahankan eksistensinya pada masa pandemi Covid-19, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

## **1. Analisis SWOT pada PT. Qolbu Amanah Perdana**

### **a. Analisis Faktor Internal PT. Qolbu Amanah Perdana**

Analisis faktor internal merupakan suatu faktor yang terdapat pada lingkungan dalam perusahaan contohnya seperti mengetahui kekuatan dan kelemahan potensial perusahaan yang mencakup keuangan, pemasaran, teknik dan produksi. Agar mampu membandingkan suatu potensi perusahaan setiap waktu apakah mengalami peningkatan atau penurunan.

Berdasarkan dari hasil analisis internal dan kondisi di lapangan, terdapat 2 macam faktor internal yaitu : faktor kekuatan (*strenght*) dan faktor kelemahan (*weakness*). Dari hasil wawancara yang telah dilakukan bersama Ibu Bainah selaku direktur PT. Qolbu Amanah Perdana, mengatakan :

“beberapa faktor internal perusahaan yang terjadi, yang menjadi kekuatan untuk perusahaan ini tetap bertahan sampai sekarang antara lain kinerja SDM perusahaan yang mampu mengelolanya dengan baik. Contohnya seperti memiliki dan mengelola sosial media, mampu membaca situasi dan memanfaatkan peluang yang ada pada saat itu, kami memiliki manajemen keuangan yang di atur sebaik mungkin, kemudian kami memiliki harga saing yang berkualitas, dan kami sering juga mengadakan agenda rapat evaluasi akhir kegiatan secara rutin minimal sebulan sekali pertemuan dan maksimalnya sekali dalam kurun waktu tiga bulan, serta kantor tetap kami buka dan aktif selama masa pandemik berlangsung meskipun dilakukan secara sebagian *work form office* dan sebagian lagi *work form home*. Namun selain kekuatan yang kami miliki agar perusahaan terus bisa aktif ketika masa pandemik berlangsung, kami pun memiliki kekhawatiran untuk kelemahan yang terjadi pada perusahaan kami. Kami memiliki kelemahan yaitu tidak memiliki outlet untuk pemekaran usaha baru kami yaitu oleh-oleh khas Arab dikarenakan faktor pandemik dan faktor lainnya

yang tidak bisa kami sebutkan serta kami terlalu kurang promosi di sosial media. ”<sup>5</sup>

Dari hasil wawancara yang didapat, peneliti mendapatkan kondisi lingkungan internal perusahaan PT. Qolbu Amanah Perdana sebagai berikut :

- 1) Faktor kekuatan (*strenghts*)
  - a) Memiliki sosial media
  - b) Mampu memanfaatkan peluang yang ada
  - c) Manajemen keuangan baik
  - d) Harga saing yang berkualitas
  - e) Agenda rapat evaluasi dilakukan secara rutin
  - f) Kantor tetap beroperasi dan aktif
  - g) Mengikuti protokol kesehatan yang dibuat pemerintah
  - h) Tidak adanya pegawai yang di PHK
- 2) Faktor kelemahan (*weaknesses*)
  - a) Tidak memiliki outlet tersendiri untuk pemekaran usaha baru
  - b) Kurangnya promosi di sosial media
  - c) Tidak memiliki struktur dalam pemekaran usaha barunya
  - d) Kurangnya promosu produk umroh yang berlaku.

Faktor analisis SWOT internal perusahaan digunakan untuk merumuskan aspek-aspek kelemahan dan kekuatan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot. Biasanya dibuat dalam bentuk tabel *Matriks*

---

<sup>5</sup> Baina Sundari, wawancara tanggal 8 september 2022 via WhatsApp.

*Internal Factor Analysis Summary (IFAS)*. Dalam tabel terdiri dari empat kolom, kolom pertama terdiri dari faktor-faktor, kolom kedua bobot, kolom ketiga *rating* dan kolom keempat skor bobot/nilai skor. Tiap faktor diberi bobot sekitar 0,0 (tidak berpengaruh pada perusahaan) sampai dengan 1,0 (berpengaruh pada perusahaan). Jumlah total bobot tidak melebihi skor 1,0. Pada kolom *rating* skala yang diberikan mulai dari peringkat 1 sampai 4 yang diperoleh dari seberapa besar faktor yang mempengaruhi perusahaan.<sup>6</sup>

Tabel 4.4 Matriks Internal Factors Analysis Summary PT. Qolbu Amanah Perdana

No	Faktor-Faktor	Bobot	Rating	Total Skor Bobot
<b>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</b>				
1.	Mengikuti protokol kesehatan yang dianjurkan oleh pemerintah	0,09	4	0,36
2.	Rutin mengadakan rapat evaluasi	0,08	4	0,32
3.	Kantor tetap buka meskipun pandemi Covid-19	0,07	3	0,21
4.	Memiliki sosial media	0,07	3	0,21
5.	Tidak ada karyawan yang di PHK	0,06	4	0,24
6.	Mampu bersaing dengan harga yang berkualitas	0,09	4	0,36
7.	Kemampuan memanfaatkan peluang saat pandemi Covid-19	0,08	3	0,24

<sup>6</sup> Luntungan, Tawas, *Bambuden Boulevard Manado Marketing Strategy : Analysis SWOT*, Jurnal EMBA, Vol. 7 No. 4 Oktober 2019.

8.	Lokasi kantor yang cukup strategis	0,08	4	0,32
9.	Memiliki manajemen perusahaan yang baik	0,08	3	0,24
<b>Jumlah</b>				<b>2,50</b>
<b>Kelemahan (<i>weakness</i>)</b>				
1.	Tidak memiliki outlet sendiri untuk pemekaran usaha barunya	0,08	3	0,24
2.	Tidak memiliki struktur dalam pemekaran usaha barunya	0,07	2	0,14
3.	Kurangnya penawaran pada produk umroh yang berlaku	0,09	4	0,36
4.	Kurang aktif di media sosial	0,08	4	0,32
<b>Jumlah</b>				<b>1,06</b>
<b>Total</b>				<b>3,56</b>

Keterangan bobot :

- 0 - 0,02 : tidak berpengaruh
- > 0,02 - 0,04 : kurang berpengaruh
- > 0,04 - 0,06 : cukup berpengaruh
- > 0,06 - 0,08 : berpengaruh
- > 0,08 – 0,10 : sangat berpengaruh

Keterangan Rating :

- 1 : sangat lemah
- 2 : lemah
- 3 : kuat
- 4 : sangat kuat

Analisis faktor internal yang meliputi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan perusahaan, dapat dilihat pada tabel matriks IFAS

menunjukkan total skor faktor untuk analisis ini sebesar 3,56. Skor terbesar pada faktor kekuatan terjadi karena perusahaan mampu memiliki harga saing yang berkualitas dan mengikuti protokol kesehatan yang dianjurkan pemerintah memiliki nilai bobot 0,09 dan rating 4 dengan total skor bobot 0,36. Dikarenakan masih banyak perusahaan yang tidak mengutamakan protokol kesehatan pada saat pandemi dan ini menjadi salah satu kekuatan perusahaan QAP. Sedangkan pada faktor kelemahan terjadi pada kurangnya penawaran produk umroh yang berlaku memiliki nilai bobot 0,09 dan rating 4 dengan total skor bobot 0,36. Dari produk umroh yang ditawarkan oleh QAP tidak sebanyak perusahaan lain yang berada di Banjarmasin khususnya.

**b. Analisis Faktor Eksternal PT. Qolbu Amanah Perdana**

Analisis faktor eksternal merupakan faktor pengaruh dari luar lingkungan perusahaan, namun dapat berakibat pada proses internal perusahaan. Faktor eksternal ini meliputi peluang dan ancaman yang terjadi di luar perusahaan. Biasanya faktor eksternal meliputi ekonomi, teknologi, politik dan sosial di masyarakat sekitar. Maka dari itu perusahaan harus mampu mengelola ancaman menjadi sebuah peluang baru agar bisa mempertahankan citra nama perusahaan tersebut serta dibutuhkannya strategi terbaik yang dibutuhkan dalam pengendalian faktor ini.

Berdasarkan hasil wawancara bersana Ibu Bainah Sundari menyangkut faktor peluang dan ancaman, beliau mengatakan :

“jika kita membicarakan faktor peluang dan ancaman tentu saja kami memiliki beberapa point pada perusahaan kami. Yang pertama untuk faktor peluang, pada wabah pandemi Covid-19 pemerintah menetapkan untuk seluruh pegawai yang ada di Indonesia sebagian melakukan WFH (Work From Home) yaitu bekerja dari rumah. Ini merupakan salah satu fungsi sosial media yang meningkat. Dimana semua pekerjaan, semua kegiatan itu dilakukan dengan sosial media. Peluang yang kami dapatkan adalah untuk melakukan promosi via sosial media semenarik mungkin agar ketika wabah pandemi selesai harapan kami banyak calon jemaah yang mempercayakan travel kami untuk melaksanakan ibadah mereka. Yang kedua membangun relasi antara jemaah dan calon jemaah, kemudian kami melakukan pelayanan yang tidak rumit dan insyaaAllah cepat tanggap, terus ada loyalitas pelanggan dan mitra kerja semakin meningkat, ini dapat dilihat pada beberapa mitra yang melakukan kerjasama dikarenakan tertarik pada iklan promosi yang kami pajang dan yang terakhir adalah lokasi outlet pemekaran usaha baru itu menyatu dengan kantor travel haji dan umroh. Ini memudahkan kami dalam melakukan promosi via konsumen yang berlangganan pada usaha baru kami yaitu oleh-oleh khas Arab. Teknik yang kami gunakan adalah ketika ada konsumen yang membeli sesuatu pada penjualan kami yaitu air zam-zam dan kurma, maka kami akan sekalian untuk memberikan brosur promosi ibadah haji dan umroh baik secara online maupun offline. Sedangkan untuk ancaman yang menurut saya terjadi pada perusahaan saya antara lain pertama adalah kasus wabah pandemi Covid-19, dimana semua kegiatan diberhentikan. Seluruh lembaga, organisasi melakukan kegiatannya di rumah saja. Tidak ada pemberangkatan ibadah haji dan umroh khususnya. Kemudian yang kedua protokol yang sangat ketat yang dianjurkan oleh pemerintah, yang ketiga banyaknya muncul pesaing-pesaing baru baik dari bidang travel ibadah haji maupun usaha baru yaitu oleh-oleh khas Arab. Kemudian yang keempat adalah indonesia menjadi salah satu negara yang menunda pemberangkatan haji dan umroh serta yang terakhir yaitu biaya saat pandemi yang begitu mahal. Saya pernah dapat kabar bahwa ada beberapa travel yang bisa lolos tapi di luar negeri dan mereka mengeluarkan biaya 2x lipat dari harga asalnya dikarenakan seleksi dan cek kesehatan yang sangat ketat.”<sup>7</sup>

Dapat disimpulkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan, untuk mempermudah maka peneliti membuat penyajian data sebagai berikut :

#### 1) Faktor Peluang (*Opportunity*)

---

<sup>7</sup> Baina Sundari, wawancara tanggal 8 september 2022 via WhatsApp.

- a) Pemanfaatan dan penggunaan teknologi pada media sosial meningkat
  - b) Membangun relasi dan silaturahmi yang baik kepada jemaah dan calon jemaah
  - c) Masyarakat membutuhkan pelayanan yang tidak rumit dan cepat
  - d) Loyalitas pelanggan dan mitra kerja semakin meningkat
  - e) lokasi outlet usaha baru menjadi satu dengan kantor, memudahkan karyawan untuk melakukan promosi biro perjalanan ibadah haji dan umrah kepada masyarakat
- 2) Faktor Ancaman (*Threath*)
- a) Fenomena wabah pandemi Covid-19
  - b) Protokol kesehatan yang sangat ketat
  - c) Semakin banyak bermunculan pesaing-pesaing baru
  - d) Indonesia menjadi salah satu Nrgara yang tertunda pemberangkatan ibadah haji dan umrah.
  - e) Biaya pada saat pandemi yang begitu mahal.

Analisis SWOT eksternal digunakan untuk merumuskan aspek-aspek peluang dan ancaman yang terjadi pada perusahaan melalui perhitungan bobot, rating dan total skor. Rumusan faktor ini biasanya disebut dengan *matriks eksternal evaluation* (EFE).

Tabel 4.5 Matriks Eksternal Factor Analysis Evaluation summary PT. Qolbu Amanah Perdana

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Total Skor Bobot
<b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b>				
1.	Loyalitas pelanggan dan mitra kerja semakin meningkat	0,09	4	0,36
2.	Pemanfaatan dan penggunaan teknologi pada media sosial meningkat	0,10	4	0,40
3.	Masyarakat membutuhkan pelayanan yang tidak rumit dan cepat	0,08	3	0,24
4.	Loyalitas Jemaah	0,09	4	0,36
5.	usaha baru menjadi sumber promosi bagi perusahaan	0,08	4	0,32
<b>Jumlah</b>				<b>1,68</b>
<b>Ancaman (<i>Treath</i>)</b>				
1.	Fenomena wabah Covid-19	0,09	4	0,36
2.	Indonesia menjadi salah satu Negara yang menunda pemberangkatan ibadah haji dan umrah	0,07	4	0,28
3.	Banyaknya pesaing-pesaing baru yang bermunculan	0,08	3	0,24
4.	Protokol kesehatan yang sangat ketat	0,08	4	0,24
5.	Biaya pendaftaran yang sangat mahal	0,09	3	0,27
<b>Jumlah</b>				<b>1,39</b>
<b>Total</b>				<b>3,07</b>

Keterangan bobot :

0 - 0,02 : tidak berpengaruh

> 0,02 - 0,04 : kurang berpengaruh



> 0,04 - 0,06 : cukup berpengaruh

> 0,06 - 0,08 : berpengaruh

> 0,08 – 0,10 : sangat berpengaruh

Keterangan Rating :

1 : sangat lemah

2 : lemah

3 : kuat

4 : sangat kuat

Analisis faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman perusahaan, dapat dilihat pada tabel matriks EFAS menunjukkan total skor 3,07. Faktor peluang yang sangat berpengaruh terjadi pada pemanfaatan dan penggunaan teknologi pada sosial media meningkat dikarenakan masa pandemi membuat banyak orang yang bekerja secara *work form home* dan mengandalkan teknologi sosial media untuk bekerja. Pada faktor ini memiliki nilai bobot 0,10 dan rating 4 dengan jumlah total skor bobot 0,40. Sedangkan faktor ancaman yang sangat berpengaruh terjadi pada fenomena wabah pandemi Covid-19. Dapat dilihat bahwa wabah pandemi ini banyak membawa dampak negatif pada kehidupan masyarakat seluruh Dunia. Kehidupan yang terjadi selama masa pandemi lebih mengutamakan teknologi dibandingkan bertemu atau berurusan secara langsung. Ini menjadi ancaman nomor satu bagi perusahaan.

## 2. Tahap Penyesuaian Penggunaan Matriks IE (Internal Eksternal)

Matriks IE (Internal-Eksternal) ini dikembangkan dari model *Generic Electric* (GE) dan merupakan suatu matriks yang digunakan untuk melihat kekuatan internal perusahaan dan pengaruh ancaman eksternal yang dihadapi. Penggunaan matriks IE ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis di tingkat korporat yang lebih detail.

Matriks IE (Internal-Eksternal) difungsikan untuk menentukan suatu *strategic Business Unit* (SBU) suatu perusahaan ke dalam matriks yang meliputi sembilan sel. Matriks IE digunakan untuk mengembangkan kekuatan internal perusahaan dan ancaman eksternal yang dihadapi. Dalam penyesuaian matriks IE terdiri dari dua dimensi, yang pertama adalah total skor dari matriks IFAS dengan garis horizontal sumbu X dan total skor matriks EFAS dengan garis vertikal sumbu Y. Pada sumbu Y dari matriks IFAS dengan skor 1,0-1,99 menjabarkan bahwa posisi eksternalnya rendah, skor 2,0-2,99 adalah sedang dan skor 3,0-4,0 adalah tinggi. Sedangkan pada sumbu X pada matriks EFAS dengan skor nya ada tiga yaitu 1,0-1,99 dikatakan lemah, 2,0-2,99 posisinya adalah rata-rata dan 3,0-4,0 adalah kuat. Berikut gambar tabel matriks internal-eksternal perusahaan.

Tabel 4.6 Matriks Internal – Eksternal

Matrix EFAS	Matrix Nilai IFAS		
	Kuat (3,0-4,0)	Rata-rata (2,0-2,99)	Lemah (1,0-1,99)
Tinggi (3.0-4,0)	I <i>Grow and Build</i> (tumbuh dan kembangkan)	II <i>Grow and Build</i> (tumbuh dan kembangkan )	III <i>Hold and Mantain</i> (pertahankan dan menjaga)
Rata-rata (2.0-2.99)	IV <i>Grow and Build</i> (tumbuh dan kembangkan)	V <i>Hold and Mantain</i> (pertahankan dan menjaga)	VI <i>Harvest or Diverst</i> tuai atau divestasi)
Rendah (1,0-1,99)	VII <i>Hold and Mantain</i> (pertahankan dan menjaga)	VIII <i>Harvest or Diverst</i> ( tuai atau divestasi)	IX <i>Harvest or Diverst</i> ( tuai atau divestasi)

Keterangan :

- a) Kolom I, II, IV adalah tumbuh dan membangun (*Growth and Build*)
- b) Kolom III, V, VII adalah mempertahankan dan menjaga (*Hold and Maintain*)  
pilihan strategi pada kuadran ini adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.
- c) Kolom VI, VIII, IX pada posisi ini disebut dengan penentuan, pilihan strategi pada kuadran ini adalah berbenah diri atau menutup aset (*Harvest and Divest*).<sup>8</sup>

<sup>8</sup> David, Fred R, Manajemen Strategis : Konsep, Jakarta : Salemba Empat, 2006).

### 3. Kuadran SWOT PT. Qolbu Amanah Perdana

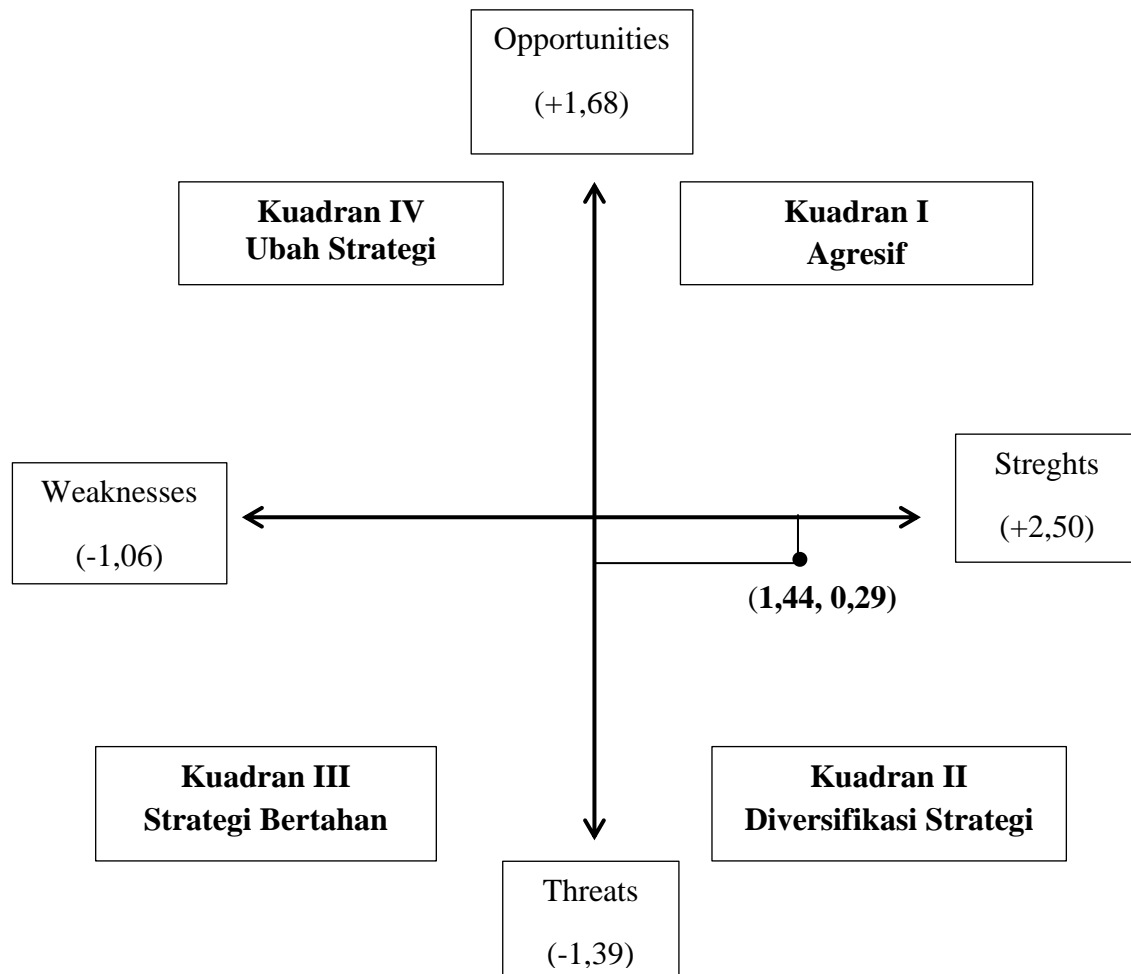
Kuadran SWOT merupakan sebuah diagram yang menunjukkan hasil strategi yang digunakan perusahaan melalui hasil perhitungan matriks internal dan matriks eksternal perusahaan. Diketahui bahwa garis horizontal atau sumbu x merupakan hasil internal perusahaan yaitu kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) sedangkan garis vertikal merupakan sumbu y yaitu hasil eksternal perusahaan yang berupa peluang (opportunities) dan ancaman (threats).

Titik koordinat pada diagram SWOT diperoleh dari selisih nilai total skor pada faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS).<sup>9</sup> PT. Qolbu Amanah Perdana memiliki total Strengths–Weaknesses ( $2,50-1,06=1,44$ ) dan total Opportunities–Threats ( $1,68-1,39=0,29$ ), sehingga menghasilkan titik koordinat sumbu x dan y (1,44 dan 0,29) dengan gambar diagram sebagai berikut :

---

<sup>9</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*, 21.

Bagan 4.2 Diagram Layang SWOT PT. Qolbu Amanah Perdana



Keterangan :

1) Kuadran I

Merupakan kondisi dan situasi yang menguntungkan untuk perusahaan karena memiliki faktor peluang dan kekuatan yang dikelola secara baik sehingga perusahaan mampu bertahan dalam kondisi apapun. Bisa dilihat pada tabel matriks IFAS dan EFAS, peluang yang dikelola oleh perusahaan yang dinilai sangat berpengaruh adalah memanfaatkan teknologi sosial media dalam memasarkan produk barang dan jasa, hal tersebut dinilai

sangat berguna untuk sebuah perusahaan. strategi yang sesuai untuk digunakan adalah kebijakan pertumbuhan yang agresif.

#### 2) Kuadran II

Merupakan kondisi dan situasi perusahaan saat menghadapi ancaman dari eksternal perusahaan. Meskipun QAP mampu mengelola peluang yang ada dan memiliki kekuatan secara internal, ancaman pada eksternal tidak dapat dihindari. strategi yang harus diterapkan adalah strategi yang menggunakan faktor kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara memanfaatkan produk/pasar (*strategy diversifikasi*).

#### 3) Kuadran III

Ketika perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi disisi lain perusahaan dihadapkan dengan beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah internal sehingga mampu merebut peluang pasar yang baik. QAP memiliki faktor peluang yang besar yaitu membuat pemekaran usaha baru oleh-oleh khas Arab, akan tetapi terkendala karena tidak adanya outlet dan struktur yang mengelola untuk berkembang lebih besar.

#### 4) Kuadran IV

Merupakan kondisi dan situasi perusahaan yang sangat tidak stabil dan menguntungkan, karena perusahaan menghadapi berbagai macam bentuk ancaman dan kelemahan internal, akan tetapi kekuatan internal belum mampu untuk menutupinya, dan peluang yang ada belum mampu dikelola dengan

baik. Strategi ini biasanya disebut dengan strategi *defensif* yaitu tindakan penyelamatan agar perusahaan bisa terlepas dari kerugian yang lebih besar.

#### 4. Matriks SWOT PT. Qolbu Amanah Perdana

Berdasarkan gabungan faktor internal serta faktor eksternal., ada empat alternatif strategi yang di dapat digabungkan melalui matriks SWOT, yaitu S, ST, WT serta WO. Berikut tabel matriks SWOT PT. Qolbu Amanah Perdana Banjarmasin :

Tabel 4.7 Matriks SWOT PT. Qolbu Amanah Perdana

<p><b>Internal Faktor (IFAS)</b></p> <p><b>Eksternal Faktor (EFAS)</b></p>	<p><b>Kekuatan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mampu memanfaatkan peluang yang ada</li> <li>• Mampu manajemen keuangan dengan baik</li> <li>• Harga saing yang berkualitas</li> <li>• Agenda rapat evaluasi dilakuka secara rutin</li> <li>• Kantor tetap beroperasi dan aktif</li> <li>• Mengikuti protokol kesehatan yang dibuat pemerintah</li> <li>• Tidak adanya pegawai yang di PHK</li> </ul>	<p><b>Kelemahan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak memiliki outlet tersendiri untuk pemekaran usaha baru</li> <li>• Kurangnya promosi di sosial media.</li> </ul>
--	---	---

<p><b>Peluang</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memanfaatkan teknologi seperti sosial media dalam pemasaran</li> <li>• Masyarakat membutuhkan pelayanan yang tidak rumit dan cepat. roduk.</li> <li>• Loyalitas pelanggan dan mitra kerja semakin meningkat.</li> </ul>	<p><b>SO Strategi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mampu menggunakan SDM dengan baik dan mempertahankan kualitas produk, layanan menggunakan sosial media.</li> <li>• Mampu mengelola informasi untuk masyarakat dan membantu melayani dengan sebaik mungkin.</li> <li>• Menjaga kerjasama dengan asosiasi mitra eksternal lain untuk menarik konsumen.</li> </ul>	<p><b>WO Strategi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan promosi dan mempertahankan kualitas dan keunggulan suatu produk dan jasa untuk menutupi kelemahan yang ada pada perusahaan.</li> <li>• Tidak adanya perbedaan antara pejabat tinggi dan masyarakat biasa dalam hal melayani.</li> <li>• Meningkatkan promosi menyeluruh kepada semua produk barang dan jasa kepada semua kalangan masyarakat agar tersebar lebih luas dan memanfaatkan kerjasama dengan banyak asosiasi.</li> </ul>
<p><b>Ancaman</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fenomena wabah pandemi Covid-19</li> <li>• Semakin bermunculan pesaing-pesaing baru</li> </ul>	<p><b>ST Strategi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mampu memanfaatkan peluang yang ada dengan membuka cabang usaha baru , selalu melakukan rapat evaluasi rutin, melakukan promosi untuk meningkatkan pemasaran.</li> <li>• Menjaga kualitas produk barang dan jasa dari segala aspek untuk mempertahankan kepercayaan pada masyarakat.</li> </ul>	<p><b>WT Strategi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fokus meningkatkan promosi dengan menggunakan media internet dan sosial media karena dapat menjangkau pemasaran yang cukup luas.</li> <li>• Melaksanakan evaluasi rutin untuk memberikan berbagai saran dan masukan dari seluruh karyawan untuk ancaman dan kelemahan perusahaan yang dihadapi.</li> </ul>



### C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di PT. Qolbu Amanah Perdana Banjarmasin bulan oktober-september 2022. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode observasi dan wawancara serta membagikan kuesioner serta langsung ditanyakan kepada narasumber di PT. Qolbu Amanah Perdana Banjarmasin. Hasil data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dalam pembahasan ini peneliti memberikan analisis terhadap data dengan urutan sebagai berikut :

#### 1. Penerapan Analisis SWOT dalam menentukan strategi pada PT. Qolbu Amanah Perdana Banjarmasin

Analisis pada PT. Qolbu Amanah Perdana Banjarmasin bermaksud untuk menganalisis strategi apa yang digunakan oleh perusahaan tersebut dalam mempertahankan eksistensinya pada masa pandemi Covid-19. Pada analisis strategi disini peneliti menggunakan analisis SWOT yang mana kepanjangan dari analisis SWOT tersebut adalah *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Oportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman).

Setelah peneliti menguraikan mengenai landasan teori dan data-data dilapang yang ada pada PT. Qolbu Amanah Perdana Banjarmasin melalui sesi wawancara terhadap 3 (tiga) orang. Hasil wawancara yang didapat, maka peneliti akan menguraikan mengenai analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) pada PT. Qolbu Amanah Perdana :

##### a. Kekuatan (*Strengths*)

*Strengths* merupakan salah satu kondisi internal positif pada organisasi atau perusahaan yang memberikan keuntungan kompetitif ketika

menghadapi persaingan, dan merupakan salah satu keunggulan baik dari sumber daya yang dimiliki maupun upaya yang telah dilakukan dan lebih baik daripada pesaing yang ada. Kekuatan juga diartikan sebagai salah satu bentuk faktor yang bisa menangani ancaman yang terjadi pada perusahaan.

PT. Qolbu Amanah Perdana dalam hasil penelitian telah memiliki kekuatan perusahaan yang cukup baik digunakan untuk mempertahankan eksistensinya pada masa pandemi Covid-19 dan ini sebagai keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan. Ada beberapa faktor kekuatan yang dimiliki oleh QAP adalah, mampu memanfaatkan peluang yang ada ketika masa pandemi Covid-19 berlangsung, memiliki sosial media untuk sarana promosi dan marketing operasional, mampu manajemen keuangan dengan baik dibuktikan dengan tidak adanya pengurangan gaji karyawan, kantor tetap beroperasi meskipun semua kegiatan yang berhubungan dengan eksternal dilakukan dengan cara online, mengadakan rapat evaluasi rutin, dan mengikuti protokol kesehatan yang dianjurkan oleh pemerintah. Poin-poin yang telah disebutkan tadi menjadi kekuatan untuk perusahaan PT. Qolbu Amanah Perdana Banjarmasin.

Ditinjau dari kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan mampu menerapkan secara efektif dan dilaksanakan dengan baik, maka peneliti menilai bahwa analisis faktor kekuatan (*Strenghts*) sudah dikelola secara baik dan bijaksana, serta menjadi pembeda dari beberapa pesaing lainnya. Karena faktor ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh David & R, (2005) bahwa "*Strength* adalah sumber daya dengan kata lain *resources*, *skill* atau

kemampuan, dan keunggulan suatu perusahaan yang memiliki hubungan dengan pesaing perusahaan. kekuatan ialah keunggulan kompetitif bersaing untuk perusahaan pemasaran.



**Gambar 4.3 produk air zam - zam PT. Qolbu Amanah Perdana**



**Gambar 4.4 produk kurma PT. Qolbu Amanah Perdana**

#### b. Kelemahan (*Weaknesses*)

*Weaknesses* merupakan suatu situasi internal organisasi atau perusahaan pada saat tertentu. Faktor ini merupakan cara untuk mengetahui kelemahan dan kendala yang terjadi, tetapi tergantung dengan situasi dan kondisi. Apabila perusahaan dalam kondisi darurat maka kelemahan yang ditemukan semakin banyak dan serius untuk kemajuan suatu perusahaan tersebut. Ini menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan salah satunya ketika pada masa pandemi Covid-19.

Ditemukan faktor kelemahan pada PT. Qolbu Amanah Perdana ketika masa pandemi Covid-19 berlangsung, antara lain perusahaan membuka cabang usaha baru yaitu usaha oleh-oleh khas Arab seperti berbagai macam kurma dan air zam-zam dimana ketika masa pandemi pemberangkatan umroh ditunda sampai waktu yang belum ditentukan. Dalam hal ini perusahaan tidak

memiliki outlet khusus untuk mengembangkan usaha barunya dan tidak memiliki struktur tetap. Faktor kelemahan selanjutnya adalah kurangnya promosi pada produk umroh yang berlaku. Faktor tersebut mengacu pada teori David & R, (2005) “kelemahan merupakan keterbatasan sumber daya pada perusahaan baik dalam kemampuan dan kapabilitas secara langsung menurunkan tingkat kinerja pada perusahaan. kelemahan tersebut berupa fasilitas yang kurang memadai, kemampuan pemasaran yang lemah serta kemampuan manajemen yang kurang baik”.

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang (*Opportunities*) adalah salah satu situasi atau kondisi yang menguntungkan bagi perusahaan. Peluang perusahaan didapat melalui lingkungan eksternal yang bisa dikembangkan dan dikelola dengan baik untuk perkembangan organisasi atau perusahaan dimasa yang akan datang. Memanfaatkan peluang pada kondisi tertentu menjadi tugas berfikirnya para manajer dan karyawan bagaimana mereka mampu melihat, menguji dan mengelola peluang yang ada terkhususnya pada masa pandemi Covid-19. Kemampuan memanfaatkan peluang sama halnya dengan mempertahankan eksistensi suatu perusahaan agar tetap dinilai aktif dan update ditengah masyarakat. Hal ini tentunya menjadi potensi daya tarik masyarakat serta berbeda dari pesaing lainnya.

Ditemukan faktor peluang yang didapat peneliti pada PT. Qolbu Amanah Perdana ketika masa pandemi Covid-19 berlangsung. Peluang ini digunakan perusahaan untuk tetap eksis meskipun dalam keadaan darurat.

Beberapa faktor peluang perusahaan QAP adalah, menjaga loyalitas pelanggan dan mitra eksternal semakin meningkat, mampu memanfaatkan teknologi seperti sosial media dalam memasarkan produk, perusahaan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat seperti memerlukan pelayanan yang tidak rumit dan cepat, serta mampu membangun relasi dan silaturahmi yang baik kepada jemaah dan calon jemaah.

Ditinjau dari peluang yang didapat, maka peneliti melihat bahwa analisis faktor peluang ini sangat mengacu pada teori David & R, (2005) “peluang merupakan salah satu kondisi yang menguntungkan perusahaan. meningkatnya teknologi dan membangun hubungan baik dengan pembeli atau pelanggan menjadi salah satu gambaran *opportunities* untuk perusahaan”.

#### d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi kondisi utama yang tidak menguntungkan untuk perusahaan, karena merupakan penghalang dan penghambat bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Setiap tantangan yang muncul menjadi tugas manajer dan karyawan untuk menemukan solusi agar eksistensi perusahaan tetap ada. Pada PT. Qolbu Amanah Perdana Banjarmasin ada beberapa ancaman yang terjadi ketika masa pandemi Covid-19 berlangsung antara lain ialah, banyaknya muncul pesaing-pesaing baru, biaya saat pandemi begitu mahal, protokol kesehatan yang dianjurkan pemerintah sangat ketat dan indonesia menjadi salah satu negara yang menunda keberangkatan ibadah haji dan umroh.

Beberapa faktor analisis ancaman yang telah peneliti dapatkan pada PT. Qolbu Amanah Perdana Banjarmasin ditinjau dari teori yang dipakai bahwa ini mengacu pada pendapatnya David & R, (2005) “ancaman merupakan suatu situasi dan kondisi yang tidak menguntungkan atau tidak baik untuk perusahaan. ancaman adalah pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan untuk mewujudkan tujuan perusahaan”.

## **2. Penentuan Strategi menggunakan Analisis SWOT pada PT. Qolbu Amanah Perdana**

Penentuan pendekatan analisis SWOT ini digunakan untuk menjelaskan dan memahami keberadaan serta posisi terkini perusahaan PT. Qolbu Amanah Perdana ditengah ramai kegelisahan bahkan kebangkrutan yang dialami oleh berbagai perusahaan termasuk biro perjalanan Haji dan Umroh di Indonesia. Situasi tersebut diakibatkan oleh munculnya wabah pandemi Covid-19. Fenomena ini memiliki dampak dan pengaruh yang cukup besar terhadap keberlangsungan serta eksistensi suatu perusahaan. Para ahli berpendapat bahwa ketika suatu perusahaan mengalami situasi seperti ini maka analisis SWOT adalah salah satu analisis strategi yang cocok untuk digunakan oleh perusahaan tersebut. Analisis SWOT merupakan singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Dimana analisis ini mencakup strategi internal dan eksternal perusahaan. Analisis internal dan eksternal perusahaan dapat memberikan panduan dan cara penerapan strategi bisnis yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Maka dari itu ketika perusahaan merumuskan

strategi harus selalu memperhatikan kondisi lingkungan internal dan eksternal agar strategi yang disusun sesuai dengan perencanaan sebelumnya.<sup>10</sup>

Dapat dilihat bahwa analisis SWOT dibuat berdasarkan analisis internal yaitu kekuatan dan kelemahan, serta analisis eksternal ialah ancaman dan peluang. Dalam objek penelitian ini adalah perusahaan biro perjalanan Haji dan Umrah PT. Qolbu Amanah Perdana. Untuk mengetahui dan menganalisis lebih dalam tentang analisis SWOT, maka perlu diketahui faktor internal dan eksternal yang merupakan bagian terpenting dalam perusahaan yaitu :

#### 1) Faktor Internal

Faktor internal meliputi terbentuknya *strengths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan) (S dan W). Dimana faktor ini berkaitan dengan kondisi maupun situasi yang terjadi dalam perusahaan, dan ini mempengaruhi terbentuknya suatu pengambilan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal perusahaan meliputi semua bentuk manajemen fungsional, seperti : keuangan, operasional, sumber daya manusia, pemasaran, budaya perusahaan (*coporate culture*), dan sistem informasi manajemen.

#### 2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal meliputi terbentuknya *opportunities* (peluang) dan *thteats* (ancaman) (O dan T). Dimana faktor ini berkaitan dengan kondisi dan situasi yang terjadi di luar dari perusahaan dalam pembuatan sebuah keputusan. Faktor eksternal perusahaan meliputi lingkungan bisnis makro,

---

<sup>10</sup> O'Regan, N., Martin, A., &Gallear, D. (2008). Leaders, Longers, Laggards The Stretagic Planning Environment Performance Relationship Revisit in Manufacturing SME. *Journal of Manufacturing Thecnology Management*, 6-12.

politik, ekonomi, industri, hukum, teknologi sosial budaya dan kependudukan.

#### **a. Analisis Faktor Internal PT. Qolbu Amanah Perdana**

Faktor analisis SWOT internal perusahaan digunakan untuk merumuskan aspek-aspek kelemahan dan kekuatan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot. Biasanya dibuat dalam bentuk tabel *matriks internal analysis summary* (IFAS). Dalam tabel terdiri dari empat kolom, kolom pertama terdiri dari faktor-faktor, kolom kedua bobot, kolom ketiga rating dan kolom keempat skor bobot atau nilai skor. Tiap faktor diberi bobot sekitar 0,00 (tidak berpengaruh pada perusahaan) sampai dengan 1,0 (berpengaruh pada perusahaan). Jumlah total bobot tidak melebihi skor 1,0. Pada kolom rating, skala yang diberikan mulai dari peringkat 1 sampai 4 yang diperoleh dari seberapa besar faktor yang mempengaruhi perusahaan.<sup>11</sup>

Berdasarkan tabel *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) PT. Qolbu Amanah Perdana memiliki total skor 3,56. Diketahui bahwa kekuatan yang dimiliki QAP senilai 2,50 sedangkan total skor pada kelemahan senilai 1,06. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kekuatan memiliki total skor paling unggul dibandingkan dengan total kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan QAP.

Salah satu faktor kekuatan tertinggi itu terjadi ketika perusahaan mengikuti protokol kesehatan yang dianjurkan oleh pemerintah dan mampu

---

<sup>11</sup> Luntungan, Tawas, *Bambuden Boulevard Manado Marketing Strategy : Analysis SWOT*, Jurnal EMBA, Vol. 7 No. 4 Oktober 2019, Hal. 5495-5504.



bersaing dengan harga berkualitas yang memiliki nilai bobot 0,09 dan rating 4 dengan total skor 0,36. Hal ini menjadi salah satu faktor yang paling kuat pengaruhnya untuk kekuatan perusahaan. dapat disimpulkan bahwa mampu mengikuti protokol kesehatan yang dianjurkan pemerintah selama masa pandemi Covid-19 dan memiliki harga saing yang berkualitas menjadi sasaran masyarakat untuk tetap bertahan dan memilih biro perjalanan ini. Faktor kekuatan pendukung lain harus tetap diseimbangkan seperti melakukan rapat evaluasi, menggunakan sosial media sebaik mungkin, kemampuan membaca situasi dan kondisi terkini hingga mampu menciptakan peluang usaha baru dan memiliki manajemen perusahaan yang baik.

Salah satu faktor kekuatan dengan bobot terendah ialah tidak adanya karyawan yang terkena PHK, faktor ini memiliki bobot 0,06 dengan skor 4 yang berarti sangat penting dan berpengaruh bagi karyawan perusahaan. Hal tersebut membuat QAP dinilai mampu bertahan dimasa pandemi Covid-19, dimana banyak perusahaan-perusahaan lain yang memberhentikan karyawan atau PHK karena ketidakmampuan perusahaan tersebut mengelola dan memajemen serta menyusun strategi yang baik dan benar.

Pada salah satu faktor kelemahan tertinggi dengan bobot 0,09 pada IFAS QAP adalah faktor kurangnya penawaran pada produk ibadah umroh dengan rating 4 dan total skor adalah 0,36. Hal ini merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk menarik minat calon

jemaah yang ingin mendaftarkan ibadah haji dan umroh, karena nilai total skor yang tinggi membuat faktor tersebut sangat berpengaruh pada perusahaan.

Faktor kelemahan terendah adalah tidak adanya struktur organisasi pada pemekaran usaha baru dengan nilai bobot 0,07 yang berarti kurang berpengaruh dengan rating 2 dan total skor bobot adalah 0,14. Hal ini dikarenakan pemekaran usaha baru yang tidak begitu besar membuat usaha tersebut berdiri tanpa outlet baru. Produk yang dijual adalah oleh-oleh makanan khas Arab, sistem penjualan dilakukan secara online dan promosi dikerjakan dengan salah satu karyawan saja. Salah satu sebabnya pemekaran usaha tersebut berdiri tanpa adanya struktur organisasi. Namun struktur tersebut tidak terlalu dipermasalahkan karena sistem penjualan dilakukan secara online dan tidak mengganggu pekerjaan yang lainnya.

#### **b. Analisis Faktor Eksternal PT. Qolbu Amanah Perdana**

Analisis SWOT eksternal digunakan untuk merumuskan aspek-aspek peluang dan ancaman yang terjadi pada perusahaan melalui perhitungan bobot, rating dan total skor. Rumusan faktor ini biasanya disebut dengan *matriks eksternal evaluation* (EFE). Tiap faktor diberi bobot sekitar 0,0 (tidak berpengaruh pada perusahaan) sampai dengan 1,0 (berpengaruh pada perusahaan). Jumlah total bobot tidak melebihi skor 1,0.

Pada kolom rating, skala yang diberikan mulai dari peringkat 1 sampai 4 yang diperoleh dari seberapa besar faktor yang mempengaruhi perusahaan.<sup>12</sup>

Berdasarkan tabel *Eksternal Factor Evaluation* QAP dapat dilihat bahwa hasil total skor keseluruhan adalah 3,07. Faktor peluang dengan total 1,68 dan faktor ancaman 1,39. Ini membuktikan bahwa QAP mampu berfikir cerdas dan bertahan dengan adanya peluang-peluang yang digunakan sebaik mungkin meskipun berjalan dengan adanya ancaman eksternal perusahaan.

Salah satu faktor peluang tertinggi terjadi pada pemanfaatan dan penggunaan teknologi pada sosial media yang meningkat dikarenakan masa pandemi membuat banyak orang yang bekerja secara *work form home* dan mengandalkan teknologi sosial media untuk bekerja. Pada faktor ini memiliki nilai bobot 0,10 dan rating 4 dengan jumlah total skor bobot 0,40, artinya sangat berpengaruh untuk keberlangsungan perusahaan. Hal ini mampu memberikan nilai positif kepada masyarakat dengan menggunakan teknologi digital dengan bijak dan QAP berhasil mengelola dan mengaplikasikan faktor ini hingga mampu bertahan sampai sekarang. Khususnya pada pemekaran usaha baru yaitu menjual makanan khas Arab seperti berbagai macam kurma dan air zam-zam, faktor ini sangat berpengaruh pada media pemasarannya untuk lebih dikenal oleh masyarakat luas.

---

<sup>12</sup> *Ibid*, hal.5495

Pada salah satu faktor ancaman tertinggi itu terjadi ketika munculnya fenomena wabah pandemi Covid-19, memiliki total skor 0,36 dengan nilai bobot 0,09 dan rating 4 yang artinya faktor ini sangat berpengaruh bagi perusahaan. Munculnya wabah ini menjadi salah satu tantangan dan ancaman bagi seluruh perusahaan yang ada di Indonesia khususnya pada biro perjalanan ibadah haji dan umroh. Berdasarkan fakta yang terjadi, perusahaan QAP mampu melewati ancaman ini dengan menggunakan sumber peluang yang ada untuk meminimalisir dampak yang kemungkinan akan diterimanya.

### **c. Tahap Penyesuaian Penggunaan Matriks IE (Internal Eksternal)**

Matriks IE (Internal-Eksternal) difungsikan untuk menentukan suatu *Strategic Business Unit* (BSU) suatu perusahaan ke dalam matriks yang meliputi sembilan sel. Matriks IE digunakan untuk mengembangkan kekuatan internal perusahaan dan ancaman eksternal yang dihadapi. Dalam penyesuaian matriks IE terdiri dari dua dimensi, yang pertama adalah total skor dari matriks IFAS dengan simbol sumbu X dan total skor matriks EFES dengan simbol sumbu Y. Pada sumbu Y dari matriks IFAS dengan skor 1,0-1,99 menjelaskan bahwa posisi eksternalnya rendah, skor 2,0-2,99 adalah sedang dan skor 3,0-4,0 adalah tinggi. Sedangkan pada sumbu X pada matriks IFAS dengan skornya ada tiga yaitu 1,0-1,99 dikatakan lemah, 2,0-2,99 posisinya adalah rata-rata dan 3,0-4,0 adalah kuat. Berikut gambar tabel matriks internal-eksternal perusahaan.

Berdasarkan gambar diatas, hasil analisis QAP berada diposisi paling atas garis pertama dan kolom pertama matriks IFAS dan EFAS, dengan skor 3,58 = IFAS dan 3,07 = EFAS. Total skor yang diperoleh dari data faktor IFAS dan EFAS dimasukkan kedalam bentuk matriks IE kemudian ditarik garis vertikal dan horizontal yang membentuk sumbu (x) dan sumbu (y), maka membentuk sebuah sudut pertemuan yang disebut dengan kuadran I, yang berarti strateginya adalah tumbuh dan membangun (*Growth and Build*).

Pada matriks IF perusahaan PT. Qolbu Amanah Perdana dapat disimpulkan bahwa skor IFAS=3,50 dan skor EFAS=3,07 yang berarti posisi perusahaan berada pada kolom I, II dan IV yang artinya perusahaan tersebut selama pandemik Covid-19 tumbuh dan membangun. Mencoba tumbuh dalam berbagai macam hal yaitu dengan mencoba hal-hal baru dan membangun sebuah usaha baru yaitu oleh-oleh khas Arab. Dan strategi yang tepat adalah strategi diversifikasi. Diperkuat dengan total skor IFAS dan EFAS dan berada pada titik kuadran I, serta dengan keadaan kompetitif yang sangat kuat.

#### **d. Diagram SWOT PT. Qolbu Amanah Perdana**

Titik kordinat pada diagram SWOT diperoleh dari sesilih nilai total skor pada faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS). Dalam faktor internal yang terdiri dari *Streght* (kekuatan) – *Weakness* (kelemahan) dan faktor eksternal terdiri dari *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (ancaman).<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*, 21.

Berdasarkan perhitungan pada diagram SWOT maka posisi QAP berada tepat pada kuadran II yang berarti perusahaan memiliki faktor kekuatan yang baik yaitu Sumber Daya Manusia (SDM) yang mampu mengelola dan menjalankan peluang dengan sebaik mungkin, meskipun dalam kondisi wabah pandemi Covid-19. Dapat disimpulkan bahwa QAP memiliki kekuatan internal yang bagus, sehingga mampu menggunakan peluang yang ada untuk mempertahankan keberlangsungan perusahaan meskipun adanya ancaman berupa kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Oleh sebab itu, titik fokus yang dapat dijalani oleh QAP adalah menggunakan *strategy Diversifikasi* yaitu mengolah sebuah inovasi baru yang berbeda dari pesaing lain agar mampu bertahan dan tetap eksis di tengah masyarakat.

#### **e. Strategi yang diterapkan PT. Qolbu Amanah Perdana**

Berdasarkan hasil yang didapat pada matriks SWOT di atas, bahwa alternatif strategi yang dapat digunakan oleh PT. Qolbu Amanah Perdana dalam memanfaatkan peluang dan kekuatan, serta untuk meminimalisir ancaman dan kelemahan adalah strategi diversifikasi. Strategi diversifikasi merupakan strategi yang digunakan untuk memaksimalkan keunggulan internal pada peluang yang tersedia :

1. Membuat peluang pemekaran usaha baru untuk keberlangsungan perusahaan.
2. Menjaga relasi dan silaturahmi kepada mitra lain dan jemaah sehingga mampu memberikan nilai positif pada perusahaan QAP.

3. Mampu mengelola pemanfaatan dan penggunaan teknologi sosial media pada masa pandemi Covid-19.
4. Mampu mengaplikasikan sosial media sebagai wadah untuk membangun pemekaran usaha baru pada perusahaan QAP.
5. Selalu mengadakan rapat evaluasi rutin.
6. Tidak adanya pegawai yang di PHK dikarenakan perusahaan mampu mengelola manajemen keuangan dengan baik.
7. Menjaga kualitas produk dan layanan dengan mematuhi protokol kesehatan yang dianjurkan oleh pemerintah.