

**STRATEGI BERSAING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
PELANGGAN**  
**(Studi Kasus Pada Perusahaan Otobus Al-Mubarok Malang)**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**MUHAMMAD KHAFID**  
NIM: 11510004

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2015**

**STRATEGI BERSAING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
PELANGGAN**  
**(Studi Kasus Pada Perusahaan Otobus Al-Mubarok Malang)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada:  
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



**Oleh :**

**MUHAMMAD KHAFID**  
NIM: 11510004

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2015**

## **LEMBAR PERSETUJUAN**

### **STRATEGI BERSAING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN**

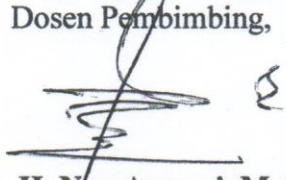
**(Studi Kasus Pada Perusahaan Otobus Al-Mubarok Malang)**

## **SKRIPSI**

Oleh:

**MUHAMMAD KHAFID**  
NIM: 11510004

Telah Disetujui, 8 Juni 2015  
Dosen Pembimbing,

  
**Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag**  
NIP. 19711211 199903 1 003

Mengetahui:  
Ketua Jurusan,



**Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei**  
NIP. 19750707 200501 1 005

## LEMBAR PENGESAHAN

### STRATEGI BERSAING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN (Studi Kasus Pada Perusahaan Otobus Al-Mubarok Malang)

#### SKRIPSI

Oleh :

MUHAMMAD KHAFID  
NIM: 11510004

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Pengaji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Tanggal 30 Juni 2015

#### Susunan Dewan Pengaji

#### Tanda Tangan

1. Ketua Pengaji  
Fani Firmansyah, SE.,MM  
NIP. 19770123 200912 1 001

: (  )

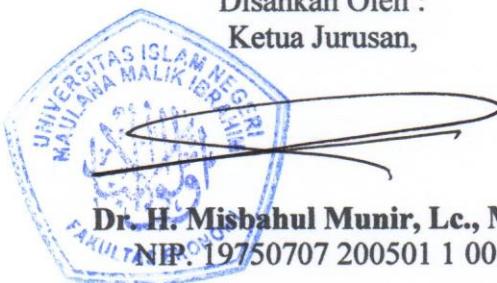
2. Sekretaris/Pembimbing  
Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag  
NIP. 19711211 199903 1 003

: (  )

3. Pengaji Utama  
Irmayanti Hasan, ST., MM  
NIP. 19770506 200312 2 001

: (  )

Disahkan Oleh :  
Ketua Jurusan,



## **SURAT PERNYATAAN**

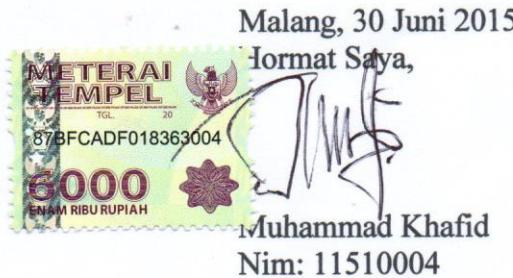
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Khafid  
Nim : 11510004  
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: Strategi Bersaing dalam Mneingkatkan Jumlah Pelanggan ( Studi Pada PO AL-Mubarok Malang ) adalah karya saya sendiri bukan "duplikasi" dari karya orang lain.

Selanjutnya dikemudian hari ada "klaim" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.



## SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama	: Muhammad Khafid
NIM	: 11510004
Jurusan/Prodi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Judul Skripsi,	: Strategi Bersaing dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Otobus Al-Mubarok Malang)

Tidak Mengizinkan jika karya ilmiah saya (skripsi) dipublikasikan melalui website perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang secara keseluruhan (full teks) demi proses penelitian dan studi keilmuan selanjutnya.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 30 Juni 2015

Dosen pembimbing

( Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag )  
NIP 19711211 199903 1 003



Mahasiswa  
( Muhammad Khafid )  
NIM. 11510004

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Beribuu ucapan syukur aku panjatkan kepada Allah SWT yang telah menjadi motivator kedua orang tua yang mencintaiku dan menyayangiku serta adik dan sahabatku yang selalu mendukung, menemani dalam suka maupun duka. Dengan segenap ketulusan hati kupersembahkan penulisan penelitian ini kepada orang-orang yang sangat berarti dalam hidupku serta orang-orang yang sangat  
sangat kucintai dan  
kusayangi.

## **MOTTO**

من جدّ وجد

“ Barang siapa yang bersunggu-sungguh, dia Akan  
mendapatkan apa yang di inginkan ”

( Peribahasa Arab )

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya kami dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **Strategi Bersaing dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan ( Studi Kasus Pada PO Al-Mubarok Malang).**

Shalawat dan salam senantiasa tercurah pada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW. Secara khusus, kami ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Bapak/Ibu dan pihak yang telah membantu dan mendampingi hingga terselesaikan dengan baik Skripsi ini sebagai berikut :

1. Bapak Prof. Dr. Mujia Raharjo M.Si selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Salim Al-Idrus, MM., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI, sebagai Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr.H. Nur Asnawi, M.Ag., M.Si selaku Dosen pembimbing skripsi
5. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
6. Bapak Trenggono, selaku manager di Perusahaan Otobus Al-Mubarok Malang . yang telah membantu dalam prose penelitian kami.
7. Bapak Syamsul selaku Bagian Admininitrasi PO Al-Mubarok serta Sopir dan Penumpang Bus Al-Muibarok yang menjadि bagian penting dari proses selesaiannya penelitian saya.
8. Ayah tercinta Bapak Abdul Manaf dan Ibunda Aisyah yang telah memberikan segalanya baik itu dari segi materi, ilmu, perilaku yang baik serta memberikan do'a yang tulus dan sengat yang tiada henti-hentinya

sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

9. Sahabat senasib dan Seperjuangan, di HTQ, Gus Qori` , Gus Dedy, Gus Bilad, Gus Zaki, Gus Jaini, Gus Arif, Gus Misbah, Ning Izzah, Ning Dani, Ning Ria, Ning Acik, Ning Isti dan gus-gus ning-ning yang tak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu membantu dan menemani dengan do'a serta semangat yang tiada pernah henti hentinya.
10. Segenap temen-temen yang di Ma`had tercinta Ibnu Rusdy untuk murabbiku Ustad ritadh dan musrif-musrif tersayang terima kasih atas semua hal yang telah kalian berikan baik itu berupa do'a, dukungan, serta semangat kepada saya.

Tiada balasan yang dapat penulis berikan salin do'a dan ucapan terimakasih sedalam-dalamnya. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini. Untuk itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun dan bermanfaat sangat diharapkan.

Demikian, sepatah kata dari kami. Atas perhatian kami sampaikan terima kasih.

Malang, 30 Juni 2015

Muhammad Khafid  
NIM. 11510004

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN .....	i
HALAMAN JUDUL DALAM .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSEMAHAN .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Bahasa Arab).....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Batasan Masalah .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Kajian Teoritis.....	12
2.2.1 Definisi Strategi .....	12
2.2.2 Strategi Bersaing .....	15
2.2.3 Elemen Strategi Bersaing .....	18
2.2.4 Strategi Bersaing Islam .....	24
2.2.5 Kerangka Berfikir Penelitian .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	33
3.2 Lokasi Penelitian .....	34
3.3 Subyek Penelitian .....	34
3.4 Sumber Data .....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.6 Analisis Data .....	40
<b>BAB IV PAPARAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN ....</b>	<b>41</b>
4.1 Paparan Data .....	41
4.1.1 Sejarah Perusahaan Otobus Al-Mubarok .....	41
4.1.2 Gambaran Umum Perusahaan Otobus Al-Mubarok .....	43
4.2 Hasil Penelitian .....	47
4.2.1 Strategi Bersaing PO Al-Mubarok .....	47

4.2.2 Implikasi Penerapan Strategi Bersaing PO Al-Mubarok ...	71
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan .....	73
5.2 Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>

**LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Hasil Penelitian terdahulu .....	11
Tabel 4.2.2 Identitas Perusahaan .....	71

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1.1 Logo Al-Mubarok ..... 42

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Data Wawancara responden

Lampiran 2 Data Perusahaan Otobus di Malang

## **ABSTRAK**

Muhammad Khafid .2015. SKRIPSI. Judul: “Strategi Bersaing dalam Meningkatkan jumlah pelanggan (Studi Kasus Pada Perusahaan Otobus Al-Mubarok Malang).

Pembimbing : Dr.H Nur Asnawi, M.Ag  
Kata Kunci : Strategi Bersaing : Strategi, Tactic dan Value.

---

---

Di tengah intensitas persaingan yang samakin tinggi PO Al-Mubarok dituntut supaya terus dapat bersaing dengan PO lainnya agar kelangsungan hidup perusahaan dapat terarah kedepannya, sehingga diperlukan suatu perencanaan strategi bersaing yang tepat supaya PO Al-Mubarok tetap mampu bersaing dengan para kompetitor. PO Al-Mubarok diharapkan untuk meningkatkan mutu pelayanan kepada para pelanggan dengan berupaya memberikan semaksimal mungkin pemenuhan keinginan pelanggan.

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dari penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Subjek yang diambil dalam penelitian ini adalah para pimpinan,sopir dan pelanggan, yang terdiri dari 2 orang pimpinan, 1 orang sopir dan 1 pelanggan. Pengembangan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perusahaan Otobus Al-Mubarok Malang dalam penerapan strategi bersaingnya adalah dengan menggunakan strategi yang mengoptimalkan segmentasi pada masyarakat umum, targeting pada kalangan tokoh agama dan memposisikan bus Al-Mubarok sebagai Bus yang memiliki pelayanan terbaik dengan harga yang terjangkau. Bus Al-Mubarok menggunakan tactic pada proses penetapan harga dan pemberian santunan pelanggan. Sedangkan untuk merek yang menjadi unggulan yaitu nama perusahaan itu sendiri “ Al-Mubarok ” yang memiliki daya tarik terhadap pelanggan. Implikasi dari strategi Bus Al-Mubarok memiliki peranan dalam peningkatan jumlah pelanggan.

## **المستخلص**

محمد حافظ. ٢٠١٥ . . بحث جامعي: استراتيجية المنافسة في تكثير مقدار عدد العاملين (دراسة حالية في شركة أوتو بوس المبارك).

المشرف: الدكتور نور أنساوي الماجستير

الكلمة الرئيسية: استراتيجية المنافسة: الاستراتيجية، التكتيک والتنتیجة

---

في خلال تكثير شدة المنافسة، تفرض شركة أوتو بوس المبارك أن تنافس مع شركة الأخرى لأجل اتجاه تكثير الشركة، ويحتاج فيه تحطيط المنافسة الصحيحة بالمنافس الآخر. وترجي هذه الشركة أن تطور قيراط الخدمة على جميع العاملين بمحاولتها على إعطاء حاجة جميع العاملين.

ويستخدم الباحث في هذا البحث المدخل الكيفي باستخدام المنهج الوصفي. وتحصل البيانات بطريقة المقابلة والملاحظة والوثائق. وأما عينة البحث هي الأثنين من المولى والسائق والعامل. ويستخدم الباحث في تكثير البيانات طريقة تثليث المصادر.

وأما نتائج البحث يدل على أن شركة أوتو بوس المبارك مالانج في تطبيق استراتيجية المنافسة باستخدام الاستراتيجية تحسين تجزئتها إلى عامة المجتمع والنافذين ويركز حافلة المبارك باعتبارها الخدمة الحسنة بالأجرة المعقولة. تستخدم حافلة المبارك الاستراتيجية الخاصة في عملية تعيين الأجرة وإعطاء العناية على العامل. ويعتاز من هذه الشركة اسمها الجميلة "المبارك" الذي له جاذبية على العامل. والأثار من هذه الاستراتيجية بأن حافلة المبارك لها سهم مهم في تكثير عدد العامل.