



UIN SUSKA RIAU

No. 4779//MD-D/SD-S1/2021

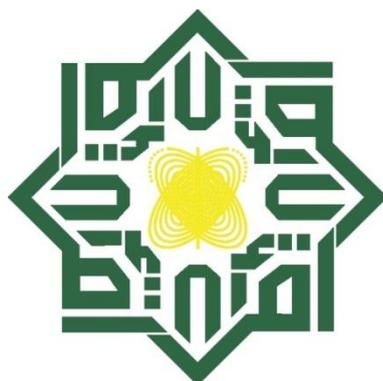
**STRATEGI PROMOSI PAKET IBADAH UMROH
RAMADHAN PT. PENJURU WISATA
NEGERI KOTA PEKANBARU**

© Hak cipta milik



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata (SI) Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

KEVIN DENZA WIJAYA

NIM : 11740415277

PROGRAM STRATA 1 (S1)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU

2021



PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap penulis skripsi saudara:

Nama : Kevin Denza Wijaya

Nim : 11740415277

Judul Skripsi : **Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Ramadhan PT.
Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru**

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos.).

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Mengetahui
Ketua Program Studi

Imron Rosidi, S.Pd. M.A. Ph.D
NIP. 19811118 2009011006

Pembimbing,

Digitally signed by Dr. Masduki, M.Ag
Date: 2021.06.15 21:13:02 +07'00'

Dr. Masduki, M. Ag
NIP. 19710612 19983 1 003

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini :

Nama : Kevin Denza Wijaya
NIM : 11740415277
Judul : Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Ramadhan PT, Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada :

Hari : Jumat
Tanggal : 16 Juli 2021

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 19 Juli 2021

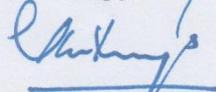
Dekan,



Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A
NIP. 19811118 2009011006

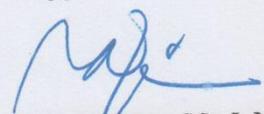
Tim Penguji

Ketua/ Penguji I



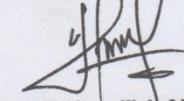
Dr. Toni Hartono, M.Si
NIP. 19780605 200701 1 024

Penguji III



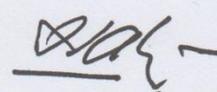
Muhammad Soim, S.Sos.L, MA
NIK. 130417084

Sekretaris/ Penguji II



Nur Alhidayatillah, M. Kom. I
NIK. 130417027

Penguji IV



Zulkarnaini, M.Ag
NIP. 19710212 200312 1 002

- a. Pengutuban hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutuban tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Kevin Denza Wijaya
NIM : 11740415277
Judul : Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Ramadhan PT. Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru.

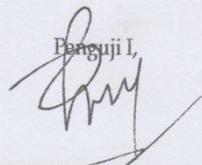
Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 25 Juni 2020

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 16 November 2020

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,


Muhlasin, S. Ag, M. Pd. I
NIP. 19680513200501109

Penguji II,



Nur Alhidayatillah, S.Kom.I., M.Kom.I
NIK. 130417027



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kevin Denza Wijaya

Nim : 11740415277

Tempat/tanggal lahir : Semarang, 06 Desember 1999

Jurusan : Manajemen Dakwah

Judul skripsi : "Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Ramadhan
PT. Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru"

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemamparan asli dari saya sendiri. Baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan karya tulis ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta undang-undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 28 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,



Kevin Denza Wijaya

NIM.11740415277



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 15 Juni 2021

Dr. Masduki, M. Ag

Dosen Pembimbing Skripsi

Nomor : Nota Dinas

Lampiran : 5 (Eksemplar) Skripsi

Hal : **Pengajuan Ujian Skripsi**

A.n Kevin Denza Wijaya

Kepada Yth,

Dekan

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

di Pekanbaru

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan atau perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini, maka kami sebagai pembimbing skripsi saudara **Kevin Denza Wijaya, NIM. 11740415277** dengan judul "**Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Ramadhan PT. Penjurur Wisata Negeri Kota Pekanbaru**" telah dapat diajukan untuk mengikuti ujian Munaqasah guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat pengajuan ini kami buat, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing

Digitally signed by Dr. Masduki, M.Ag
Date: 2021.06.15 21:13:26 +07'00'

Dr. Masduki, M.Ag
NIP. 19710612 19983 1 003

PERSEMBAHAN

“**Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan maka apabila telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada tuhanlah hendaknya kamu**

berharap”

(Qs. Al-Insyiroh: 5-6)

Alhamdulillah sebuah langkah usai sudah satu cita telah ku gapai NamunItu bukan akhir dari perjalanan melainkan awal dari satu perjuangan

Ayah dan Ibu...

Do'a dari sosok kalian yang begitu hebat dengan panjangnya perjuangan menjadikan ku bersemangat, kasih sayang mu yang membuatku menjadi kuat hingga aku selalu bersabar melalui ragam cobaan yang mengejar kini cita-cita dan harapan telah ku gapai

Ayahan dan ibunda tersayang...

Kutata masa depan dengan do'a kaliaam kugapai cita dan impian dengan pengorbananmu kini semoga mampu menyelipkan senyum kebahagiaan pengobat rasa lelah dan menjadi penyejuk dihati...

Ya Allah

Pada-Mu kutitip secuil asa, kau berikan selaksa bahagia

Pada-Mu kuharap setetes cinta, kau limpakan samudra cinta

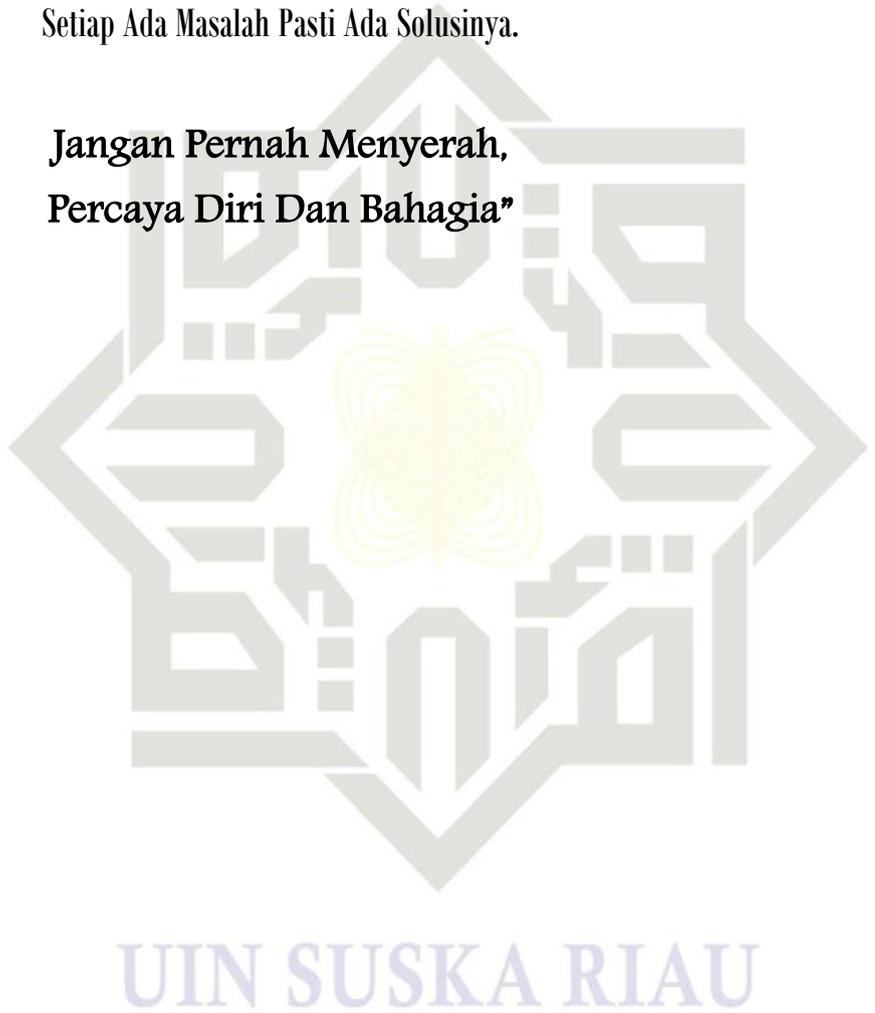
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

MOTTO

**“Setiap Ada Awal Pasti Ada Akhir.
Setiap Ada Masalah Pasti Ada Solusinya.**

**Jangan Pernah Menyerah,
Percaya Diri Dan Bahagia”**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Kevin Denza Wijaya

Prodi : Manajemen Dakwah

Judul : Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Ramadhan PT. Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru

Penelitian ini mengenai promosi paket umroh ramadhan yang dilakukan di PT. Penjuru Wisata Negeri. Promosi paket ibadah umroh ramadhan sangat tergantung pada strategi yang dilakukan oleh PT. Penjuru Wisata Negeri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi paket ibadah umroh ramadhan yang diterapkan oleh PT Penjuru Wisata Negeri Haji Umroh dalam program ibadah umroh ramadhan. Informan penelitian ini berjumlah lima (5) orang. Untuk teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi serta dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru dalam melakukan strategi promosi paket ibadah umroh di bulan ramadhan menggunakan bauran promosi (*Promotion Mix*), yang terdiri dari *Personal Selling* (Penjualan Perorangan) yaitu dengan cara presentasi langsung dengan calon jamaah, *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) dengan cara melakukan pameran dilingkungan masyarakat pada waktu tertentu, *Public Relation* (Humas) dengan mengadakan seminar tentang Umroh, *Advertising* (Periklanan) yaitu melalui media cetak, spanduk, baliho, brosur. Pada kenyataannya *personal selling* dan *Advertising* cenderung dapat digunakan dalam memasarkan produk paket ibadah umroh ramadhan yang ada di PT Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru, karena konsumen dapat lebih mengenal produk dan mengenal nama PT secara langsung.

Kata Kunci: *Strategi, Promosi, Umroh*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur senantiasa penulis ucapkan kehadiran Allah SWT. Atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Ramadhan PT. Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru”. Shalawat serta salam tetap terlimpahkan kepada junjungan alam nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya ke arah yang benar.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis ucapkan kepada :

1. Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Periode 2021-2025.
2. Dr. H. Suryan A. Jamrah, MA, Dr. H. Kusnadi, M.Pd dan Drs.H. Promadi, MA Ph.D selaku Wakil Rektor I,II dan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Dr. Nurdin, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Dr.Masduki, M.Ag, Dr.Toni Hartono, S.Ag, M.Si dan Dr. Azni, M.Ag selaku Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Imron Rosidi, MA, Ph.D, Khairuddin, M.Ag selaku Ketua Prodi dan Sekretaris Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Dr.Masduki, M.Ag selaku pembimbing yang telah memberikan motivasi dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.



7. Ayahanda Ahdyanuar dan Ibunda terkasih dan tercinta Sri Rahayu dan juga buat saudari kandung penulis Antari Gesti. Semoga semua senantiasa dalam lindungan Allah SWT. Terima kasih untuk seluruh keluarga besarku atas dorongan dan motivasi baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S1 ini.

Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Karyawan/i Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan yang baik dan kemudahan dalam administrasi

8. Bapak Samsul Bahri Samin selaku Maneger Area II Riau PT Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru, Bapak Habibi Sholeh selaku Staff Maeketing PT Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru, Bapak Rahmad Ramadhan, S.Pd selaku Kepala bagian Umroh/Tour, Bapak Rahmad Rivaldi Selaku Staff PT Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru, Bapak Jumari dan Gandi selaku Jamaah PT Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru yang telah memberikan kemudahan bagi penulis dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan skripsi.

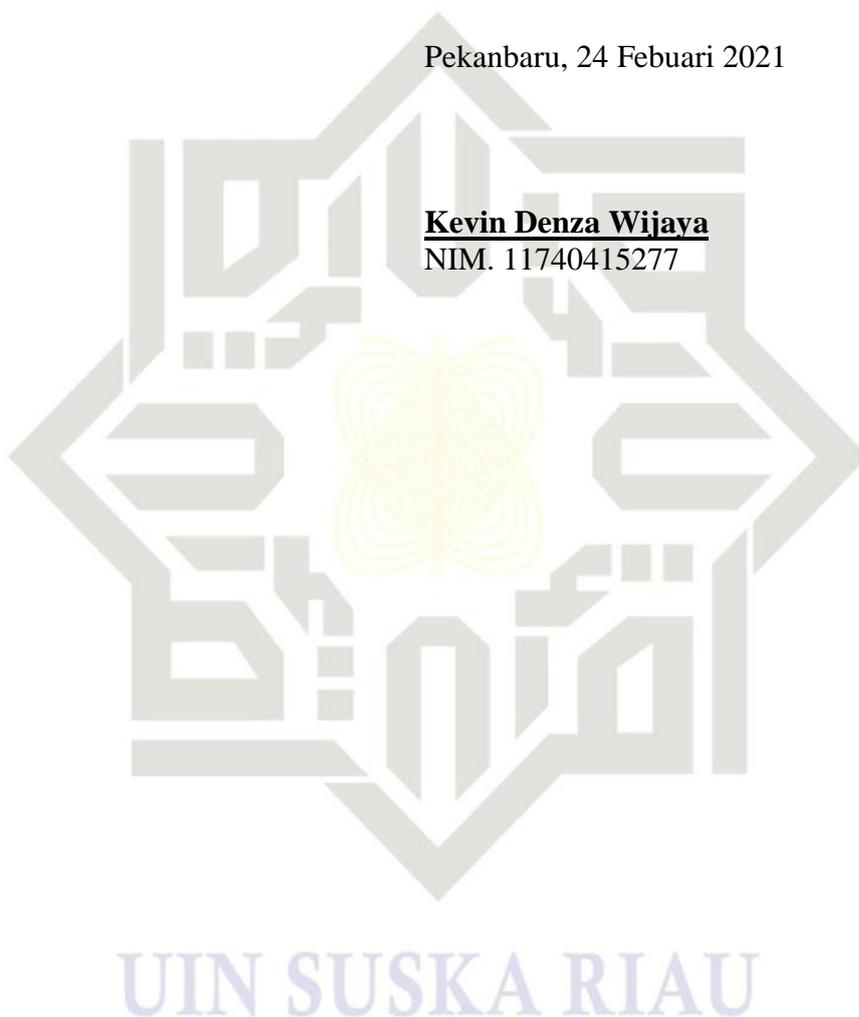
9. Sahabat-sahabat penulis selama kuliah yaitu Indah Walfath, Siti Rukhmana, Gilang Kumbara, Ahmad Sandi, Fery Gunawan, Dio Abu Fairus, dan yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membantu dan memberi dukungan menyelesaikan skripsi ini..

10. Teman-teman penulis Yesy agustri, Rani Permatasari, Nadya Nurrahma, Barry, Nurul Azmi, Miftahul Ulum, Adhatul Fikri, Ilham Sidik, Yudha dan Aida dan yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih selalu ada dan memberikan dukungan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sebagai perbaikan dimasa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. *Amin Ya Robbal 'Alamin.*
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, 24 Februari 2021

Kevin Denza Wijaya
NIM. 11740415277



1. Dilarang menjiplak atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

	ABSTRAK	i
	ABSTRACT	ii
	KATA PENGANTAR	iii
	DAFTAR ISI	vi
	DAFTAR GAMBAR	viii
	DAFTAR TABEL	ix
	BAB I PENDAHULUAN	
	A. Latar Belakang Masalah	1
	B. Penegasan Istilah	3
	C. Rumusan Masalah	5
	D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
	E. Sistematika Penulisan	6
	BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	
	A. Landasan Teori	7
	B. Kajian Terdahulu	27
	C. Kerangka Berpikir	28
	BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	30
	B. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
	C. Sumber Data	30
	D. Informan Penelitian	31
	E. Teknik Pengumpulan Data	32
	F. Validitas Data	33
	G. Teknik Analisis Data	34
	BAB IV GAMBARAN UMUM AET TRAVEL PT. PENJURU WISATA NEGERI	
	A. Sejarah AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri	36
	B. Profil Perusahaan AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri	37

Hak cipta dilindungi undang-undang
 1. Dilarang memperjualbelikan atau menyewakan karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau menyalin sebagian atau seluruhnya tulisan ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Kantor Area AET Travel PT Penjuru Wisata Negeri	38
D. Visi dan Misi AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri	38
E. Struktur PT. Penjuru Wisata Negeri	39
F. Program Umrah Ramadhan PT. Penjuru Wisata Negeri	42
G. Metode Pembayaran	45
H. Media Publikasi dan Informasi	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	47
B. Pembahasan	54
PENUTUP	
A. Kesimpulan	61
B. Saran	61

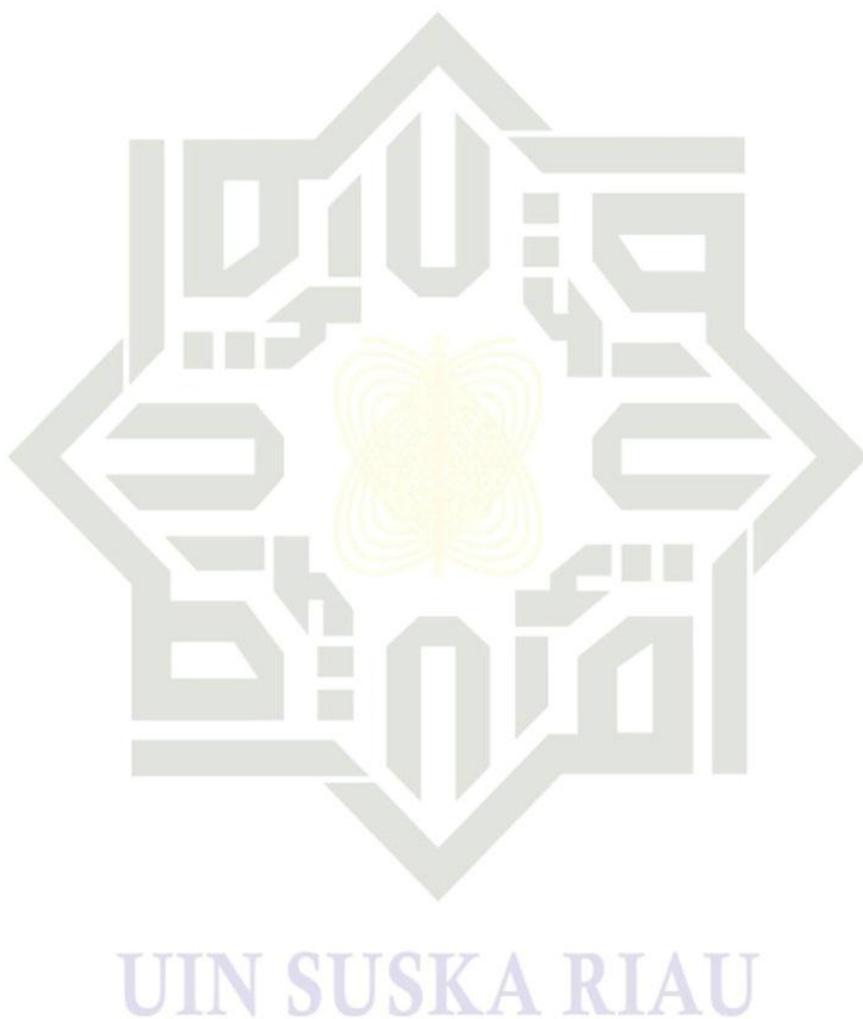
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Berpikir	29
Gambar IV.1	Struktur PT. Penjuru Wisata Negeri.....	39



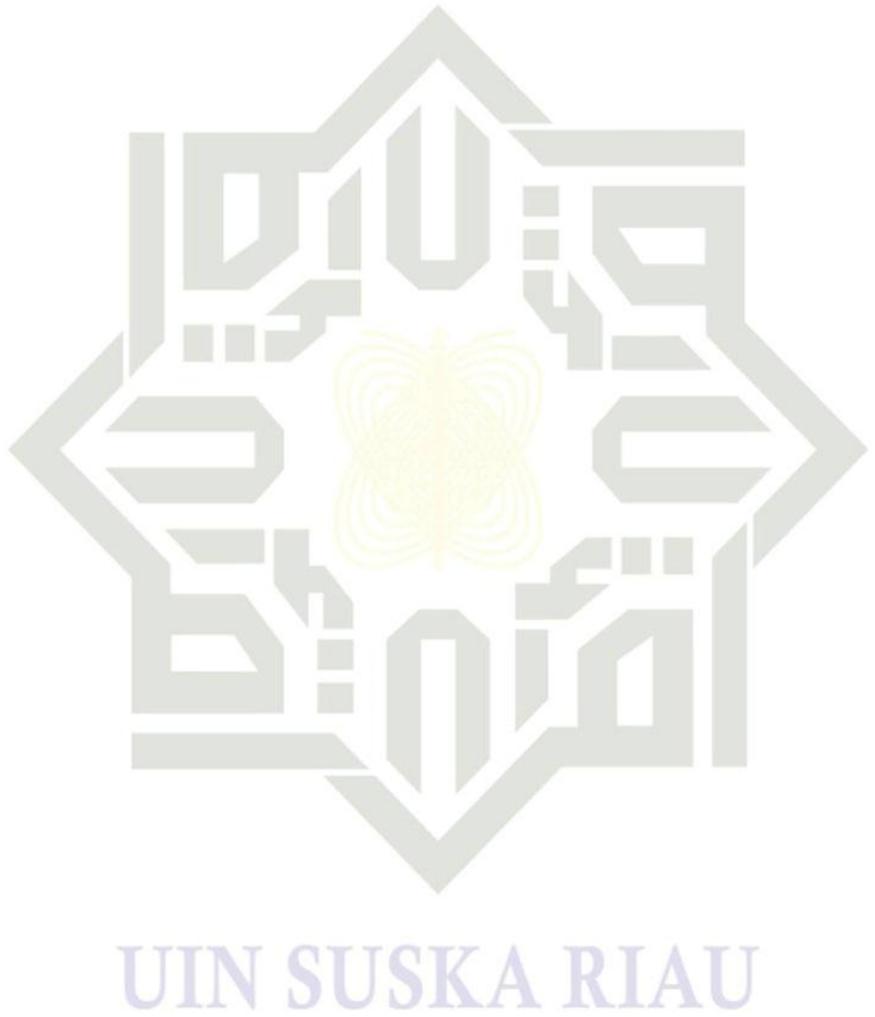
Hak Cipta dan Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR TABEL

Tabel I.1.1. Daftar Bank Pembayaran Biaya Umrah, Haji Plus dan Tour...	45
--	----



Hak Cipta Diliindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas agama islam terbanyak di dunia. Antrian panjang menunggu keberangkatan haji terbilang lama bisa sampai belasan tahun bahkan puluhan tahun. Menyikapi hal itu membuat masyarakat memilih untuk berangkat umrah. Karena beberapa alasan salah satunya seperti faktor kesehatan.

Umrah merupakan salah satu ibadah yang di anjurkan atas setiap Muslim yang mampu. Tidaklah berdosa apabila tidak dilaksanakan dan apabila dilaksanakan ia mendapatkan pahala. Lain halnya dengan ibadah Haji, Umrah dalam pelaksanaannya tidak ada batasan dan ketentuan waktu, sehingga kapan saja dapat dilaksanakannya.

Meskipun hukumnya sunnah Ibadah umrah menjadi idaman setiap muslim, sehingga jumlahnya semakin bertambah terlebih lagi dibulan Ramadhan, hal itu di karenakan ibadahh umroh dibulan ramadhan lebih memiliki keutamaan dibandingkan dengan ibadah umroh pada bulan-bulan biasa.

PT Penjuru Wisata Negeri adalah biro perjalanan ibadah umroh resmi, salah satu biro travel perjalanan ibadah Umroh yang bergerak sebagai wadah atau lembaga khusus yang memberikan pelayanan bimbingan ibadah umroh kepada calon jamaah umroh, dimana para jamaah umrah dibimbing mulai dari pendaftaran hingga terlaksananya pelaksanaan ibadah umrah.

Karena banyaknya minat dari masyarakat untuuk melaksanakan ibadah umroh dibulan ramadhan hal ini menjadi tantangan bagi PT Penjuru Wisata Negeri Haji Umroh untuk bagaimana mengenalkan produk atau paket ibadah umroh ramadhan kepada masyarakat agar membuat masyarakat tertarik akan produk yang ditawarkan.

Begitu banyak biro perjalanan Ibadah Umrah yang melayani masyarakat untuk melaksanakan Ibadah Umroh, dan semakin bertambahnya peminat

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



17. H. dkk, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-2 jilid 2, (Jakarta: Erlangga, 2000),
17.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ibadah umroh disertai dengan banyaknya permintaan sehingga semakin besar tantangan untuk meningkatkan kualitas Biro Perjalanan Ibadah Umroh dalam segala hal. Karena permasalahan yang di hadapi oleh Biro Perjalanan Ibadah Umroh semakin beragam, maka sudah selayaknya segala sesuatu berhubungan dengan manajemen harus semakin di tingkatkan agar strategi yang dilakukan dalam menentukan target pasar maupun calon jamaah umroh tercapai dengan baik, agar program-program yang ditawarkan dapat berjalan lancar sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Dalam Biro Perjalanan Ibadah Umrah sangat diperlukan ilmu dan keterampilan manajemen, metode atau pendekatan, perencanaan dan strategi yang digunakan dalam setiap kegiatan, dalam hal ini tentu setiap perusahaan yang bergerak dibidang jasa Biro Perjalanan Ibadah Umroh sangat diperlukan strategi pemasaran yang baik, guna mengenalkan produk-produknya kepada masyarakat agar masyarakat tertarik akan produk yang ditawarkan.

Sebagai ilmu pengetahuan yang bersifat universal dan mempergunakan kerangka ilmu pengetahuan yang bersifat sistematis, mencakup kaidah-kaidah, prinsip-prinsip dan konsep yang cenderung besar dalam semua situasi *manajerial*, seperti perusahaan, pemerintah, pendidikan, social, keagamaan, dan lain sebagainya. Namun demikian, dalam ilmu manajemen pada bagian promosi jadi perhatian utama dalam bidang bisnis sehingga Larreche dkk mengatakan dalam bukunya yang berjudul manajemen pemasaran, bahwa “Strategi promosi adalah sebuah program terkendali dan terpadu dari metode dan material yang dirancang untuk menghadirkan, menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan dirancang untuk mendorong penjualan yang pada akhirnya memberikan kontribusi laba jangka panjang”.¹

Dengan demikian definisi tersebut bertumpu pada konsep pokok sebagai berikut: kebutuhan, keinginan dari permintaan produk atau jasa. Nilai dan kepuasan, pertukaran atau jual beli dan transaksi. Oleh karna itu, strategi merupakan ketepatan untuk membaca dan memonitor kebutuhan dan keinginan

¹Larreche, dkk, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-2 jilid 2, (Jakarta: Erlangga, 2000),



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pasar dan kelihaihan memberikan nilai (*valune*) produk jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

Promosi merupakan proses mengkomunikasikan variable bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi dimulai dari perencanaan, implementasi dan pengendalian komunikasi untuk menjangkau target *audience* (pelanggan-calon pelanggan) promosi sering di maknai sebagai *the planning, implementing and controlling of the communications with its customer and other target audiens*. Inti dari kegiatan promosi adalah suatu bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, memengaruhi, mengingatkan pasar sasaran agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan.²

Dari permasalahan di atas, maka sangat diperlukan sistem strategi promosi yang baik yakni untuk meningkatkan kualitas strategi dalam suatu organisasi atau lembaga Biro Perjalanan Ibadah Umroh seperti di PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru, agar tercapainya suatu tujuan tertentu yang telah ditetapkan dalam suatu lembaga perusahaan. Mengingat banyaknya minat dari masyarakat untuk melaksanakan Ibadah Umroh dibulan Ramadhan.

Untuk mengetahui lebih jauh mengenai strategi promosi dalam pelaksanaan ibadah Umroh Ramadhan yang dilakukan oleh PT Penjuru Wisata Negeri Haji Umroh. Penulis akan menuangkan dalam sebuah karya penelitian dengan judul **Strategi promosi Paket Ibadah Umroh Ramadhan di PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru.**

B. Penegasan Istilah

1. Strategi Promosi

Menurut Swasta, Dalam jurnal Rofi Dewantoro, strategi Promosi di pandang sebagai arus persuasi atau informasi satu arah yang mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam masyarakat. Jadi strategi promosi merupakan salah satu aspek penting

²Ali Hasan, *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*, (Yogyakarta: CAPS, 2013), 8.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam manajemen pemasaran dan sering dikatakan sebagai proses berlanjut, karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan.³

Paket Ibadah Umrah Ramadhan

Ibadah umrah dibulan ramadhan dari tahun ketahun kita lihat semakin bertambah peminatnya, hal ini karena Ibadah Umrah dibulan ramadhan memiliki keistimewaan yang berbeda dengan bulan-bulan lainnya. Paket Ibadah Umrah bulan Ramadhan adalah salah satu produk yang banyak ditawarkan oleh biro perjalanan ibadah haji dan umrah untuk membantu masyarakat atau calon jamaah yang ingin menunaikan Ibadah Umrah dibulan Ramadhan.

3. PT. Penjuru Wisata Negeri

PT Penjuru Wisata Negeri adalah biro perjalanan ibadah umrah resmi, yang terletak di Jl.Soekarno-Hatta No.109 Sidomulyo, Kec. Tampan, Kota pekanbaru, Riau 28294. Banyak produk paket Ibadah Umrah yang ditawarkan oleh PT Penjuru Wisata Negeri salah satunya seperti paket Ibadah Umrah Di Bulan Ramadhan, karena banyaknya minat dari masyarakat untuk menunaikan ibadah umrah dibulan ramadhan hal ini menjadi tantangan bagi PT Penjuru Wisata Negeri untuk mengenalkan produk yang ditawarkan dengan baik sehingga mampu bersaing sehat dengan biro- biro perjalanan Ibadah Haji Umroh yang lain.

Berdasarkan penjelasan dari istilah tersebut, maka yang di maksud dengan judul Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Ramadhan di PT Penjuru Wisata Negeri Haji Umrah pekanbaru dalam penelitian ini adalah serangkaian proses dari strategi promosi yang di lakukan oleh PT Penjuru Wisata Negeri Haji Umrah Untuk mengenalkan salah satu produknya yaitu paket Ibadah Umrah Ramadhan kepada masyarakat atau calon jamaah Umrah yang ingin melaksanakan Ibadah Umrah dibulan Ramadhan.

³Rofi Dewantoro, *Pengaruh Strategi Promosi Kualitas Produk dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Tas dan Dompot Maju Jaya Promotion Home Industry*, (2015) 37.



C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dijelaskan pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana strategi promosi paket ibadah umroh ramadhan di PT Penjuru Wisata Negeri Haji Umrah Pekanbaru”

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dengan mengungkapkan uraian di atas, penelitian mempunyai tujuan yang hendak dicapai yaitu mengetahui bagaimana strategi promosi paket ibadah umroh ramadhan di PT Penjuru Wisata Negeri Haji Umrah Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang dapat di peroleh dalam penelitian ini antara lain:

a. Secara Teoritis

- 1) Sebagai langkah awal bagi peneliti untuk dapat mengembangkan teori-teori yang di dapat penulis selama mengikuti perkuliahan sesuai dengan konsentrasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Untuk mendapatkan data yang nyata mengenai Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Ramadhan di PT Penjuru Wisata Negeri pekanbaru.
- 2) Sebagai bahan bacaan bagi Jurusan Manajemen Dakwah pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- 3) Memberi masukan bagi para mahasiswa untuk dijadikan bahan referensi skripsi selanjutnya.

b. Secara Praktis

- 1) Bagi Peneliti Dapat memberikan pengalaman dan pengetahuan tentang Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Ramadhan PT Penjuru Wisata Negeri Haji Umroh.
- 2) Sebagai syarat menyelesaikan perkuliahan program Sarjana Strata Satu (S1) dan sebagai syarat memenuhi gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan Manajemen Dakwah Konsentrasi Manajemen Travelling

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Iptil & Hak Hlm UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Haji dan Umroh Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

4. Sistematika Penulisan

Untuk lebih terarahnya penulisan penelitian ini, maka penulis membagi penulisan ini kepada beberapa bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

Bab ini berisikan kajian teori, kajian terdahulu dan kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis penelitian dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, waktu dan tempat penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bab ini berisikan tentang lokasi penelitian, profil, sejarah, visi misi, sarana dan prasarana, serta struktur dari penelitian tersebut.

BAB V : PEMBAHASAN

Yang berisi tentang Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Ramadhan PT Penjuru Wisata Negeri Haji Umroh di kota pekanbaru dan sekaligus membahas analisa data yang telah didapat dari hasil observasi maupun wawancara penulis.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari penelitian dan saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Landasan Teori

1. Konsep Strategi Promosi

a. Pengertian Strategi Promosi

Strategi adalah kerangka acuan yang terintegrasi dan komprehensif yang mengarahkan pilihan-pilihan yang menentukan bentuk dan arah/aktifitas-aktifitas organisasi menuju pencapaian tujuan-tujuannya.⁴

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menginformasikan, memberitahukan, membujuk dan memengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan.⁵

Strategi promosi merupakan bagian dari kegiatan ekonomi yang memiliki orientasi bisnis untuk meraih kesuksesan. Banyak perusahaan atau lembaga yang berhasil, karena adanya strategi promosi yang baik serta implementasi yang bagus. Bagaimanapun, semua perusahaan atau lembaga yang berhasil pada saat ini, mempunyai satu hal yang sama, yaitu mereka sangat kuat dan hebat terhadap pelanggan serta komitmen pada pemasaran. Mereka memiliki dedikasi yang tinggi dan mutlak untuk merasakan, melayani serta memenuhi kebutuhan pelanggan dalam pengertian pemasaran yang baik.⁶

Menurut Philip Kotler strategi promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produk dan meyakinkan konsumen agar memebelinya. Promotion Mix dibagi menjadi 5 bauran, diantaranya: periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran langsung, hubungan masyarakat.⁷

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁴Henry Sima Mora, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: STIE YKPN, 1997), 9

⁵Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2012), 168.

⁶Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Intermedia, 1995), 3.

⁷Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1993), 94.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Muhtosim seperti yang diambil dalam jurnal Alida Wahyuni, mengatakan bahwa “Salah satu strategi promosi yang dapat ditempuh dengan menggunkan *Promotion Mix*, yang terdiri dari *Advertising, personal selling, salles promotion, public relation word ofmouth* dan *direct mai*. Marketer dapat memilih sarana yang dianggap sesuai untuk mempromosikan jasa mereka.⁸

Dari beberapa macam devinisi diatas, penulis menyimpulkan bahwa Strategi promosi hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi promosi merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan.Strategi promosi merupakan suatu cara bagaimana menawarkan produk dengan komunikasi antaraa dua pihak, antara penawar dengan calon konsumen, agar tertarik dengan produk yang ditawarkan.

b. Tahapan-tahapan Strategi Promosi

Menciptakan strategi promosi yang baik penting kiranya untuk melakukan tahapan-tahapan dalam strategi agar apa yang ingin disampaikan dalam kegiatan promosi berjalan dengan baik, ada tiga tahapan-tahapan strategi promosi yaitu:⁹

1) Perumusan Strategi

Dalam perumusan strategi termasuk didalamnya ialah pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi alternatif, memilih strategi untuk dilaksanakan.

Teknik perumusan strategi yang penting dapat dipadukan menjadi kerangka kerja diantaranya:

a) Tahapan *In put* (masukan)

Dalam tahapan ini proses yang dilakukan ialah meringkas informasi sebagai masukkan awal

⁸Alida Wahyuni, *Kajian Bauran Promosi di Perguruan Tinggi X*, Vol. 1. Jurnal Liquidity Vol. 1, No. 2, Juli-Desember 2012, 177.

⁹Sondang Siagian P, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1955), 15.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Tahapan pencocokkan

Proses yang dilakukan adalah memfokuskan pada menghasilkan strategi alternative dengan memadukan factor-faktor eksternal dan internal.

c) Tahapan keputusan

Menggunakan satu macam teknik, setelah diproses dari in put secara dalam mengevaluasi strategi alternatif yang diidentifikasi ke dalam tahapan 2 (dua).¹⁰ Perumusan strategi haruslah selalu melihat kea rah depan dengan tjuan, maksudnya perancangan amatlah penting dan mempunyai andil yang besar.

2) Implemetasi Strategi Promosi

Implementasi strategi promosi termasuk pengembangan budaya dalam mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif, mengubah arah, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memanfaatkan system informasi yang ada.

Implementasi sering juga disebut sebagai tindakan dalam strategi promosi karena implementasi berarti memobilisasi untuk mengubah strategi promosi yang dirumuskan menjadi tindakan.

Implementasi yang sukses memerlukan dukungan disiplin, motivasi dan kerja keras.

3) Evaluasi Strategi Promosi

Tahap akhir dalam strategi promosi adalah evaluasi startegi promosi. Ada tiga macam aktivitas mendasar untuk mengevaluasi strategi promosi yaitu:

a) Meninjau faktor-faktor *eksternal* dan *internal* yang menjadi dasar strategi promosi.

Adanya perubahan factor *eksternal* seperti tindakan yang dilakukan. Adapun faktot *internal* yang di antaranya strategi yang tidak efektif atau aktivitas implementasi yang buruk dapat berakibat bagi hasil yang akan dicapai.

¹⁰ *Ibid*, 16.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan)

Menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi prestasi individual dan menyimak kemajuan yang dibuat kearah pencapaian sasaran yang dinyatakan.

c) Mengambil tindakan *korektif* (memperbaiki, teliti) untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana

Dalam mengambil tindakan *korektif* tidak harus berarti bahwa strategi yang sudah ada akan ditinggalkan atau bahkan strategi harus dirumuskan. Tindakan *korektif* diperlukan ketika tindakan atau hasil tidak sesuai dengan yang direncanakan, maka disitulah tindakan korektif diperlukan.

Tindakan *korektif* harus menempatkan posisi yang lebih baik untuk lebih mampu memanfaatkan kekuatan internal, menghindari, mengurangi dan meringankan ancaman eksternal serta mampu memperbaiki kelemahan internal.

Eksternal strategi diperlukan karena keberhasilan hari ini bukan merupakan jaminan keberhasilan hari ini dimasa depan. Evaluasi strategi sangat penting untuk memastikan yang dinyatakan telah dicapai.

Evaluasi perlu semua untuk organisasi dari semua kegiatan dengan mempertanyakan pertanyaan dan asumsi *manejerial*, harus memicu tinjauan dari nilai-nilai yang merangsang kreativitas.

c. Bauran Promosi

Melakukan promosi harus diperhatikan tentang bauran komunikasi pemasaran atau disebut juga bauran promosi.

Menurut Anggipora seperti yang dikutip dalam jurnal Tria Ariyanti “*Promotional mix* adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variable-variabel periklanan, *personal selling* dan alat-alat promosi lainnya, yang semuanya dirancamng untuk mencapai program penjualan”. Perusahaan dapat memilih dan menetapkan elemen-elemen promosi yang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kamal Riau
dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai sasaran-sasaran yang dituju. Secara umum elemen-elemen memiliki fungsi yang sama, tetapi elemen-elemen tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khusus yang akan dilakukan.¹¹

Ada beberapa macam bauran promosi menurut Ali Hasan dalam bukunya, yaitu:¹²

- 1) Penjualan perorangan (*personal selling*) suatu proses membantu dan membujuk satu/ lebih calon konsumen untuk membeli barang atau jasa bertindak sesuai ide tertentu dengan cara presentasi (komunikasi tatap muka).
- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*) insentif yang dirancang untuk mendorong pembeli atau penjual sebuah produk biasanya untuk jangka pendek.
- 3) Humas (*public relation*) stimulasi permintaan yang tidak bayar dan non pribadi atas produk atau jasa atau unit bisnis dengan menghasilkan berita-berita menarik tentang hal tersebut.
- 4) Periklanan (*advertising*) surat kabar dan majalah, radio, televisi, papan iklan, direct mail internet, brosur dan katalog, papan nama, tatan dalam took, poster dan gambar bergerak.

d. Cara Promosi Paket

Ada 4 elemen atau cara promosi yang dapat dilakukan menurut Sofyan Assuri, yaitu:

- 1) Periklanan (*Advertising*), yaitu suatu bentuk penyajian dan promosi dari gagasan, barang atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor tertentu yang bersifat non-personal. Media yang sering digunakan dalam *Advertising* ini adalah Radio, Televisi, Surat Kabar, dan *Bill-Board*. Adapun fungsi dari periklanan adalah :
 - a) Merupakan suatu alat persuasive (bujukan)
 - b) Merupakan alat untuk menciptakan kesan.

¹¹Tria Arianti. "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Pejualan Produk di PT.United Indo Surabaya", Jurnal Ilmu & Riset Manajemen, Vol. 3, No. 10. (2014), 2.

¹² Ali Hasan, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, (Yogyakarta: CAPS, 2013), 604.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c) Menggunakan konsumen atau pedagang perantara, antara pelanggan terhadap produk yang pernah dibelinya.
 - d) Mempertahankan kesadaran terhadap suatu produk.
- 2) Tenaga penjual (*Personal Selling*), yang merupakan penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat terealisirnya penjualan. Adapun pengertian tenaga penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan. Dalam hal ini tenaga penjual merupakan alat promosi yang berbeda dari promosi lainnya dan lebih fleksibel. Kegiatan *personal selling* ini bukan terjadi ditempat pembeli saja, tetapi dapat dilakukan ditempat penjual.
- 3) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), yang merupakan segala kegiatan pemasaran selain *Personal Selling*, *Advertising*, dan *Publicity* yang merangsang pembelian oleh konsumen dan keefektifan again seperti pameran, pertunjukan, demonstrasi dan segala usaha penjualan yang tidak dilakukan secara teratur atau kontinyu. Bentuk lain yang dapat mendukung *Salles Promotion* yaitu dengan memberikan sejumlah potongan tertentu terhadap pembelian yang dilakukan pada jumlah tertentu. Cara ini dimaksudkan untuk mempertahankan dan meningkatkan omset penjualan.
- 4) Publisitas (*publicity*), yang merupakan usaha untuk merangsang permintaan dari suatu produk secara nonpersonal dengan membuat, baik yang berupa berita yang bersifat komersial tentang produk tersebut dalam media cetak atau tidak, maupun hasil wawancara yang disiarkan dalam media tersebut. Melalui pulisitas ini, informasi tentang produk atau jasa yang dibuat lebih menarik karena orang-orang publisitas dalam hal ini wartawan atau pejabat humas biasanya lebih mampu menuangkan dan menulis tentang suatu yang lebih mudah dimengerti oleh pembacanya dari pada promosi melalui periklanan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hal ini disebabkan karena menggunakan periklanan, informasi yang disampaikan tergantung dari selera produsen yang umumnya memberikan kesan yang terbaik akan produknya, sedangkan publisitas sudah mengalami pengolahan oleh orang publisitas itu sendiri sehingga bertanya lebih sesuai dengan keadaan sesungguhnya.

e. Analisis SWOT

1) Pengertian Analisis SWOT

Merupakan suatu teknik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunitis*), dan ancaman (*Threats*) dalam suatu proyek, baik yang sedang berlangsung maupun dalam perencanaan baru.¹³

Berikut ini adalah pengertian dari *strengths*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat* yaitu:¹⁴

a) *Strenghts*

Strenghts merupakan faktor internal yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya.

b) *Weakness*

Weakness adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tapi tidak dimiliki oleh organisasi.

c) *Opportunity*

Opportunity adalah faktor yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan bagi organisasi atau program kita untuk memanfaatkannya.

d) *Threat*

Threat adalah faktor negatif dari lingkungan yang memberikan hambatan bagi berkembangnya atau berjalannya sebuah organisasi dan program.

¹³Reca Elyarni, Hermanto. "Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Layanan SAP Express Pada PT. SAP", Jurnal Administrasi Bisnis, (2016) 27.

¹⁴*Ibid*, 119.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Tujuan Analisis SWOT

Dengan analisis SWOT memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi baik positif maupun negative dari dalam dan dari luar perusahaan. Peran kunci dari Swot adalah untuuk membantu mengembangkan kesadaran penuh dari semua faktor yang dapat mempengaruhi perancangan strategi dan pengambilan keputusan, tujuan yang dapat diterapkan pada hampir semua aspek industri.¹⁵

3) Manfaat Analisis SWOT

Metode analisis SWOT merupakan alat yang tepat untuk menemukan masalah dar 4 (empat) sisi yang yang berbeda, diantaranya adalah sebagai berikut:¹⁶

- a) Bagaimana kekuatan mampu mengambil keuntungan dari sebuah peluang yang ada.
- b) Bagaimana cara mengatasi kelemahan yang mencegah keuntungan.
- c) Bagaimana kekuatan mamou menghadapi ancaman yang ada.
- d) Bagaimana cara mengatsi kelemahan yang mampu membuat ancaman menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

f. Faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Strategi Promosi

Dalam pelaksanaan kegiatan strategi promosi, perusahaan tidak dapat terlepas dari berbagai faktor yang mempengaruhi dalam menentukan kombinasi terbaik dari variabel-variabel bauran promosi. Faktor-Faktor yang mempengaruhi kegiatan strategi promosi adalah:¹⁷

1) Dana yang Tersedia

Besarnya biaya yang digunakan tiap jenis kegiatan promosi dan media komunikasi berbeda-beda. Perusahaan harus menyesuaikannya dengan dana yang tersedia. Jumlah dana yang tersedia merupakan faktor yang paling penting dalam menentukan promosi. Perusahaan yang mempunyai dana promosi cukup besar akan lebih efektif dan

¹⁵*Ibid*, 119.

¹⁶*Ibid*.

¹⁷Willian J. Stanton, *Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1991), 428.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

efisien dalam melakukan kegiatan promosinya, dibandingkan dengan promosi yang dananya terbatas.

2) Sifat Pasar

Ada beberapa macam sifat pasar yang mempengaruhi tercapainya pelaksanaan bauran promosi, yaitu:¹⁸

a) Luasnya pasar secara geografis

Perusahaan yang mempunyai pasar lokal biasanya mengadakan penjualan pribadi atau perseorangan sebagai sarana promosinya.

b) Konsentrasi pasar

Perusahaan melihat keseluruhan calon pembeli, Bagi perusahaan yang memusatkan penkualan pada satu tipe pembeli saja berbeda dengan perusahaan yang memusatkan penjualannya pada berbagai kelompok pembeli.

c) Sifat Produk

Stareti promosi yang dilakukan perusahaan, biasanya dipengaruhi oleh sifat produknya, apakah barang konsumsi, industry atau jasa.

d) Tahap dan Siklus Kehidupan Barang dan Jasa

Kemungkinan produk untuk menghasilkan keuntungan selalu berubah sepanjang waktu. Daur produk ini mempunyai tahapan-tahapan dimna terkandung peluang-peluang dan juga persoalan khusus sehubungan dengan strategi pemasaran serta keuntungan yang diharapkan.

3) Alat-Alat Promosi

Alat promosi juga memiliki efektivitas biaya yang berbeda beberapa tahap daur hidup produk.¹⁹

a) Pada tahap perkenelan, periklanan dan publisitas memiliki efektivitas biaya yang tertinggi, diikuti oleh penjualan personal

¹⁸Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), 235.

¹⁹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Prenhallindo, 2002), 647.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk memperoleh cakupan distribusi dan promosi penjualan untuk mendorong konsumen agar mencoba produk.

- b) Pada tahap pertumbuhan, semua alat alat promosi yang dapat dikurangi perancnya karena permintaan dapat berhgerak melalui cerita dari mulut ke mulut.
- c) Pada tahap kedewasaan, promosi penjualan periklanan dan penjualan personal semuanya semakin penting sesuai urutan tersebut.
- d) Pada tahap penurunan, promosi penjualan tetap kuat, periklanan dan publisitas dan wiraniaga hanya perlu memeberikan sedikit perhatian pada produk.

2. Konsep Paket Ibadah Umroh

a. Pengertian Paket

Paket perjalanan diartikan sebagai suatu perjalanan dengan beberapa tujuan yang disusun dari berbagai fasilitas jasa perjalanan tertentu dan terprogram dalam susunan acaranya dan dipasarkan kepada masyarakat dengan harga yang telah ditetapkan²⁰. Pada dasarnya kumpulan dari berbagai produk berupa jasa-jasa perjalanan yang merupakan atau keseluruhan kebutuhan perjalanan bagi jamaah yang dipasarkan secara umum dan berdasarkan permintaan.

Produk perjalanan merupakan semua jasa (service) yang dibutuhkan konsumen semenjak ia berangkat meninggalkan rumah sampai di daerah tujuan yang telah dipilih, hingga ia kembali ke rumah dimana biasanya ia tinggal²¹. Produk industri perjalanan pada umumnya terdiri dari berbagai unsur yang merupakan suatu paket, yang mana satu sama lain tidak dapat terpisah. Apabila unsur-unsur tersebut dikembangkan sesuai dengan urutannya, yaitu semenjak konsumen meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke tempat tujuan dan kembali kerumah dimana biasanya ia tinggal, maka ada delapan macam unsur

²⁰ Muljadi A.J, *Kepariwisata dan Perjalanan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 46.

²¹ *Ibid*, 48.

pokok yang membentuk sebuah produk, sehingga menjadikannya suatu paket.

Adapun komponen-komponen dari bentuk kebutuhan wisatawan atau dalam pelaksanaan ibadah umrah yaitu jamaah selama perjalanan, yang disusun menjadi rangkaian fasilitas yang disatukan dalam paket perjalanan tersebut meliputi ²²:

- 1) Jasa perjalanan wisata
- 2) Jasa transportasi wisata
- 3) Jasa penyediaan akomodasi
- 4) Jasa makanan dan minuman
- 5) Jasa daya tarik wisata
- 6) Jasa penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi
- 7) Jasa wisata tirta
- 8) Jasa informasi pariwisata, dan jasa pramuwisata.

Sedangkan industry lainnya yang menghasilkan produk jasa yang juga dibutuhkan oleh wisatawan saat melakukan perjalanan wisata, antara lain: toko souvenir, bank, penukaran uang, rumah sakit, pos, telekomunikasi, dan usaha perdagangan lainnya. Rangkaian jasa dari produk perjalanan dikemas sedemikian rupa sehingga menjadi satu kesatuan produk jasa yang diperlukan oleh jamaah dan dibentuk menjadi satu paket perjalanan ibadah umrah.

Paket perjalanan ibadah umrah tersebut merupakan suatu rencana acara perjalanan ibadah umrah yang telah tersusun secara tetap dengan harga tertentu yang didalamnya termasuk biaya untuk transportasi, akomodasi, konsumsi perjalanan ibadah umrah dan lain sebagainya²³.

Paket umrah terdiri dari beberapa macam atau dengan istilah lain bervariasi, hal itu disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya ialah dikarenakan *payment* atau pembayaran, kedua karena permintaan dari

²² *Ibid*, 131-132.

²³ Nurcholish Madjid, *Perjalanan Religius Umrah dan Haji* (Jakarta: Paramadina, 1997), 53.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masyarakat atau situasi kondisi pasar, dan yang ketiga dikarenakan jadwal penerbangan dari maskapai penerbangan yang berbeda-beda.

Tiap jasa dalam suatu paket perjalanan harus memberikan pelayanan yang baik, sebab apabila salah satu urusan pelayanan kurang baik, sedangkan unsur-unsur yang lain bagus, maka secara keseluruhan pelayanan jasa secara paket tersebut dianggap kurang baik. Sebagai suatu produk yang kompleks, produk jasa perjalanan berbeda dari jenis produk dan jasa yang dihasilkan oleh industri lainnya, begitu juga dengan produk paket ibadah umrah, terutama dalam industri manufaktur. Kekhasan inilah yang menjadikan produk jasa perjalanan suatu jenis jasa yang unik dan memerlukan penanganan yang khusus pula.²⁴

b. Karakteristik Paket Umrah

Produk berupa jasa berbeda dengan produk dalam bentuk barang. Paket ibadah umrah merupakan bentuk paket dalam bidang jasa, yang mana paket atau produk jasa pada umumnya memiliki karakteristik unik, antara lain:

- 1) *Intangibility* atau tidak berwujud seperti halnya produk barang yang dapat dilihat, diraba atau diukur secara objektif. Dampak dari kenyataan ini adalah upaya apa yang dapat dilakukan untuk memberikan bukti yang meyakinkan kepada konsumen akan produk yang akan dibeli. Dalam hal ini, pemasaran jasa menghadapi tantangan untuk memberikan bukti-bukti fisik dan perbandingan pada penawaran abstraknya.
- 2) *Inseparability*²⁵ barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa di lain pihak, umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Kedua pihak mempengaruhi hasil dari jasa tersebut. Dalam hubungan penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas

²⁴ Muljadi A.J, *Kepariwisata dan Perjalanan...* 48-49.

²⁵ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

individu yang menyampaikan jasa (Contact-personnel) merupakan unsur yang penting. Dengan demikian, kunci keberhasilan bisnis jasa ada pada proses rekrutmen, kompensasi, pelatihan dan pengembangan karyawannya.

- 3) *Variability* jasa bersifat sangat variabel karena merupakan non-standardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Para pembeli jasa sangat peduli dengan variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih.
- 4) *Perishability* artinya bahwa produk jasa tersebut mudah rusak dan tidak dapat disimpan seperti halnya menyimpan suatu barang. Hal ini berarti bahwa jasa yang tidak laku terjual pada suatu saat tertentu akan kehilangan pendapatan penjualannya untuk selamanya dan tidak bisa dijual kembali keesokan harinya.
- 5) *Simultaneity* yang maksudnya bahwa proses produksi dan konsumsi dari jasa tersebut terjadi secara simultan. Mutu layanan yang diberikan akan sangat dipengaruhi oleh interaksi yang terjadi antara si produsen dengan konsumennya.

Untuk memberikan dukungan terhadap kegiatan perjalanan, baik itu perjalanan wisata, perjalanan ibadah umrah dan sebagainya, berbagai unsur dan lembaga saling berintegrasi satu sama lainnya membentuk suatu tatanan atau sistem. Unsur-unsur yang terlibat dan saling terkait, antara lain wisatawan, masyarakat, dunia usaha, dan pemerintah²⁶.

Upaya untuk memahami karakteristik dan kebutuhan wisatawan merupakan suatu yang penting untuk diketahui oleh para pelaku pariwisata, agar wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata dapat merasakan kenyamanan dan dapat memperoleh kepuasan.

Dengan diketahuinya berbagai karakteristik wisatawan yang memiliki dorongan secara potensial untuk mengunjungi daerah tujuan

²⁶ Muljadi A.J, *Kepariwisata dan Perjalanan...* 39.

pariwisata, maka secara potensial untuk mengunjungi daerah tujuan pariwisata, maka dari awal sudah dapat diketahui produk yang dibutuhkan, sehingga bagi usaha pariwisata dan masyarakat harus dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan tersebut. Apabila terdapat ketidaksesuaian diantara hasil produk pariwisata dengan apa yang dibutuhkan oleh wisatawan, maka perlu segera menentukan dan melakukan upaya pengembangan baik produk maupun teknik pemasarannya. Potensi yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan pariwisata dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan yang datang dan akan tercipta pengalaman yang menyenangkan bagi wisatawan dalam berwisata yang tidak terlupakan. Dengan demikian, maka peran produk pariwisata atau perjalanan menjadi sangat penting dalam kegiatan perjalanan wisata²⁷

3. Pengertian Umrah Ramadhan

Kata umroh berasal dari I'tamara yang berarti ziarah, yakni menziarahkan Ka'bah dan berthawaf disekelilingnya, kemudian bersa'I antara safa dan marwa, serta mencukur rambut (tahallul) tanpa wukuf di Arafah.²¹ kata I'tamara ini juga berarti meramaikan tanah suci Mekah yang di situ terletak Masjidil Haram dan didalamnya terdapat Ka'bah. Namun demikian, umroh dalam konteks ibadah tidak sekedar berarti meramaikan, melainkan lebih dari itu, yaitu orang yang melaksanakannya di tuntut agar dapat mengambil manfaat dari umrohnya, karena sebagaimana haji, aktivitas umroh merupakan refleksi dari pengalaman hamba-hamba Allah, yaitu Ibrahim as. Dan putranya Ismail as.²⁸

Sedangkan menurut terminology, Umroh adalah sengaja berziarah ke Baitullah (Ka'bah) untuk melakukan ibadah kepada Allah dengan cara-cara tertentu²⁹

²⁷ Ibid, 54-55.

²⁸ Angraini Frista Pratiwi Hatta, Thesis: *Manajemen Travel Haji dan Umroh Dalam Merekrut Jamaah* (Studi Kasus di PT Aliyah Perdana Wisata), (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2015), 24.

²⁹ Said Agil Husin Al Munawar, dan Abdul Halim, *Fikih Haji Menuntun Jama'ah Mencapai Haji Mabrur*, (Jakarta: Ciputat Press, 2005), 277-278.

Meskipun hukumnya sunnah, Ibadah umroh menjadi idaman setiap muslim, sehingga jumlahnya semakin bertambah terlebih lagi dibulan ramadhan, hal itu dikarenakan ibadah umroh dibulan ramadhan lebih memiliki keutamaan dibandingkan dengan ibadah umroh pada bulan-bulan biasa. Ibadah Umroh Ramadhan keistimewaan yang khusus dimana pelaksanaannya pun hanya bias dilaksanakan pada bulan ramadhan saja. Seperti yang disebutkan dalam hadist Ahmad dan Tirmidzi yang dikutip dalam buku Djamaludin Dimjati, Rasulullah Saw. Bersabda:

فَإِنَّ عُمْرَةَ فِيهِ تَعْدِلُ حَجَّةً (رواه احمد و الترمذی)

“Umroh dibulan Ramadhan itu sebanding dengan Ibadah Haji”. (HR. Ahmad dan Tirmidzi)³⁰

a. Hukum Umroh

Hukum ibadah umroh ini masih terjadi perbedaan pendapat. Sebagian ulama (fuqoha) mengatakan wajib dan sebagian yang lain mengatakan sunnah. Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah : 158

﴿إِنَّ الْأَصْفَاءَ وَالْمُرْوَءَةَ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ فَمَنْ حَجَّ الْبَيْتَ أَوْ اعْتَمَرَ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِ أَنْ يَطَّوَّفَ بِهِمَا وَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَإِنَّ اللَّهَ شَاكِرٌ عَلِيمٌ (١٥٨)﴾

Artinya: “Sesungguhnya Shafa dan Marwa adalah sebagian dari syi’ar Allah. Maka Barangsiapa yang beribadah haji ke Baitullah atau ber-umroh, Maka tidak ada dosa baginya mengerjakan sa’I antara keduanya.dan Barangsiapa yang mengerjakan suatu kebajikan dengan kerelaan hati, Maka Sesungguhnya Allah Maha Menyukuri kebaikan lagiin Maha mengetahui.” (QS. Al-Baqarah : 158)

Jika disimpulkan dari argument para fuqaha umroh yang memiliki hukum wajib adalah umroh yang dilakukan bersama hajinya dan umroh yang tidak dilaksanakan berkaitan dengan haji hukumnya sunnah.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

³⁰Dimjati Djamaludin, *Panduan Ibadah Haji dan Umroh Lengkap* (Solo: PT. Era Adicitra Intermedia, 2011), 201.

b. Rukun Umrah

Menurut ulama mazhab Maliki dan Hambali, umroh mempunyai tiga rukun, yaitu ihram, tawaf, dan sa'i antara bukit Shafa dan Marwah. Semestara ulama mazhab Shafi'i menambahkan dua rukun umroh lagi, sehingga keseluruhannya menjadi lima. Kelima rukun itu adalah ihram, tawaf, sa'i mencukur atau memotong rambut, dan tertib.

Berbeda dengan pendapat sebelumnya, ulama mazhab Hanafi menetapkan bahwa rukun umroh hanya satu, yaitu melakukan tawaf mengelilingi la'bah sebanyak empat kali putaran. Sedangkan tiga putaran lagi dikelompokkan pada wajib umroh. Adapun ihram merupakan syarat bagi umrah. Sementara sa'i dan mencukur atau memotong rambut termasuk wajib umroh³¹

c. Wajib dan Sunnah Umrah

Semua yang wajib dalam haji adalah wajib pula dalam umrah. Demikian juga yang sunat dalam umrah. Demikian juga yang sunat dalam haji adalah sunat dalam masalah ihram, rukun-rukun, wajib, sunat-sunat, hal-hal yang haram dan makruh dilakukan dan yang membatalkan kecuali menurut pendapat Malikiyah³²

1) Wajib Umrah ada dua yaitu:

- a) Berihram dari Miqat
- b) Menghindari dan menjauhi hal-hal yang diharamkan selama berihram

2) Sunnah Umrah

Berikut ini hal-hal yang disunnahkan kepada jama'ah umrah

- a) Mandi sunah sebelum berihram
- b) Shalat sunnah ihram sebanyak dua rakaat
- c) Membaca Talbiah, Sholawat Nabi, dan Do'a
- d) Mencium hajar aswad

³¹Said Agil Husin Al Munawar, dan Abdul Halim, *Fikih Haji Menuntun Jama'ah Mencapai Haji Mabruur*, (Jakarta: Ciputat Press, 2005), 282.

³²Said Agil Husin Al Munawar, dan Abdul Halim, *Fikih Haji Menuntun Jama'ah...*

- e) Shalat sunnah di makam Ibrahim
- f) Sholat sunnah di Hijr Ismail
- g) Berdoa di multazam
- h) Minum air zam-zam³³

d. Syarat Sah Umrah

Syarat sah umroh ada lima, yaitu:

- 1) Islam
- 2) Berakal
- 3) Baligh (Tamsyiz)
- 4) Berihram dari Miqat Makani
- 5) Memenuhi seluruh rukun umrah.

e. Macam-macam Umrah

Adapun Umrah ada dua, yaitu:

- 1) Umrah Wajib

Umrah wajib adalah umrah yang dilakukan pertama kalinya dalam kaitan dengan pelaksanaan ibadah haji, seperti diketahui, dalam melaksanakan ibadah haji lita diwajibkan untuk melakukan ibadah haji dan umrah untuk kesatuan. Umrah yang inilah yang di maksud dengan umrah wajib.³⁴

Kita sebagai umat Muslim kewajiban untuk melaksanakan atau menunaikan ibadah haji dan umrah apabila telah sanggup/mampu.

- 2) Umrah Sunnah

Umrah sunnah bias dilakukan kapan saja mau sebelumnya atau sesudahnya. Ibadah umrah ini juga bioleh dilakukan diluar musim haji, dimana tata cara pelaksanaannya sama dengan umrah wajib yang termasuk ibadah haji, setelah jamaah bertahallul maka selesailah

³³H, Abdurrahman Rochimi, *Segala Tentang Haji dan Umrah*, (Jakarta: PT. Gelora, 1996), 26.

³⁴Nita Megahayanti, *Sistem Pelayanan Haji dan Umrah* (Jakarta: PT Alur Wisata Mulia, 2008), 27.

ibadah umrah sunnah adapun yang membedakannya adalah dalam mengucapkan niatnya³⁵

Bagi jamaah yang sudah ada di Makkah umrah sunnah bias dilakukan dengan mengambil miqat ini ada awalnya dipergunakan untuk miqat oleh Aisyah. Diriwayatkan bahwa ketika baru selesai menunaikan ibadah haji bersama Rasulullah, Aisyah melakukan ibadah umrah. “untuk ihram umrah” itulah Nabi Muhammad saw menyuruh Aisyah berangkat ketan’im untuk mengambil ihramnya³⁶

Adapun persiapan ihram adalah shalat sunah ihram, berniat ihram dengan membaca “ labbaika Allahumma umratan” setelah jamaah berihram dan berniat umrah lalu langsung melaksanakan tawaf, sa’i dan tahallul³⁷

Bila jamaah memilih ja’ranah sebagai tempat miqat maka yang perlu diingat dan diketahui adalah ja’ranah letaknya lebih jauh dibanding tan’im yaitu sekitar 16 km dari Makkah. Bagi para jamaah ja’ranah merupakan miqat paling tinggi derajatnya diantara miqat lainnya.³⁸

4. Jenis Paket Umrah Ramadhan

Jenis paket umrah ramadhan yang terdapat di PT Penjuru Wisata Negeri terdiri dari beberapa macam, yaitu :

a. Paket Hebat

Paket Hebat Umrah Ramadhan yaitu paket umrah selama 12 hari, dengan biaya sejumlah Rp. 24.700.000. Tempat penginapan yang disediakan oleh PT Penjuru Wisata Negeri terdiri dari dua tempat yaitu: Hotel Elaf Mashaer/Setaraf yang ada di Makkah, dan hotel Gloria/Setaraf yang ada di Madinah. Selama pelaksanaan umrah jamaah akan di dampingi oleh dua orang petugas dari PT Penjuru Wisata Negeri.

³⁵Iwan Gayuh, *Buku Pintar Haji dan Umroh* (Jakarta: Pustaka Waraga Negara, 1999),

³⁶Nita Megahayanti, *Sistem Pelayanan Haji dan Umrah...* 27.

³⁷*Ibid*, 27.

³⁸*Ibid*, 27-28.

b. Paket Hemat

Paket Hemat Umrah Ramadhan yaitu paket umrah selama 12 hari, dengan biaya sejumlah Rp. 23.500.000. Tempat penginapan yang disediakan oleh PT Penjuru Wisata Negeri terdiri dari dua tempat yaitu: Hotel Al Raya Grand/Setaraf yang ada di Makkah, dan Hotel Jawharat fayruz/Setaraf yang ada di Madinah. Selama pelaksanaan umrah jamaah akan di dampingi oleh dua orang petugas dari PT Penjuru Wisata Negeri.

c. Paket Super Hemat

Paket Super Hemat Umrah Ramadhan yaitu paket umrah selama 12 hari, dengan biaya sejumlah Rp. 22.900.000. Tempat penginapan yang disediakan oleh PT Penjuru Wisata Negeri terdiri dari dua tempat yaitu: Hotel Al Raya Grand/Setaraf yang ada di Makkah, dan Hotel Jawharat fayruz/Setaraf yang ada di Madinah. Selama pelaksanaan umrah jamaah akan di dampingi oleh satu orang petugas dari PT Penjuru Wisata Negeri.

d. Paket Umrah Full Ramadhan

Paket Umrah Full Ramadhan yaitu paket umrah selama 31 hari, dengan biaya sejumlah Rp. 40.000.000. Promo hanya berlaku pada pendaftaran di bulan Desember dan harga kembali normal dengan harga up Rp. 2.000.000 per tanggal 1 Januari. Tempat penginapan yang disediakan oleh PT Penjuru Wisata Negeri terdiri dari dua tempat yaitu : Hotel Al Raya Grand/Setaraf yang ada di Makkah, dan Hotel Jawharat fayruz/Setaraf yang ada di Madinah. Selama pelaksanaan umrah jamaah akan di dampingi oleh dua orang petugas dari PT Penjuru Wisata Negeri.

e. Paket Full Ramadhan Backpacker

Paket Umrah Full Ramadhan Backpacker yaitu paket umrah selama 31 hari, dengan biaya sejumlah Rp. 30.000.000. Promo hanya berlaku pada pendaftaran di bulan Desember dan harga kembali normal dengan harga up Rp. 1.000.000 per tanggal 1 Januari. Tempat penginapan yang disediakan oleh PT Penjuru Wisata Negeri terdiri dari dua tempat yaitu : Hotel Al Raya Grand/Setaraf yang ada di Makkah, dan Hotel Jawharat fayruz/Setaraf yang ada di Madinah. Selama pelaksanaan umrah jamaah akan di dampingi oleh dua orang petugas dari PT Penjuru Wisata Negeri.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

f. Paket Program Awal Ramadhan

Paket Program Awal Ramadhan yaitu paket umrah selama 16 hari, di awal ramadhan dengan biaya sejumlah Rp. 30.000.000. Promo hanya berlaku pada pendaftaran di bulan Desember dan harga kembali normal dengan harga up Rp. 1.000.000 per tanggal 1 Januari. Tempat penginapan yang disediakan oleh PT Penjuru Wisata Negeri terdiri dari dua tempat yaitu : Hotel Al Raya Grand/Setaraf yang ada di Makkah, dan Hotel Jawharat fayruz/Setaraf yang ada di Madinah. Selama pelaksanaan umrah jamaah akan di dampingi oleh dua orang petugas dari PT Penjuru Wisata Negeri.

g. Paket Program Tengah Ramadhan

Paket Program Tengah Ramadhan yaitu paket umrah selama 18 hari, di pertengahan ramadhan dengan biaya sejumlah Rp. 31.000.000. Promo hanya berlaku pada pendaftaran di bulan Desember dan harga kembali normal dengan harga up Rp. 1.000.000 per tanggal 1 Januari. Tempat penginapan yang disediakan oleh PT Penjuru Wisata Negeri terdiri dari dua tempat yaitu : Hotel Al Raya Grand/Setaraf yang ada di Makkah, dan Hotel Jawharat fayruz/Setaraf yang ada di Madinah. Selama pelaksanaan umrah jamaah akan di dampingi oleh dua orang petugas dari PT Penjuru Wisata Negeri.

h. Paket Program Akhir Ramadhan

Paket Program Akhir Ramadhan yaitu paket umrah selama 19 hari, di pertengahan ramadhan dengan biaya sejumlah Rp. 33.000.000. Promo hanya berlaku pada pendaftaran di bulan Desember dan harga kembali normal dengan harga up Rp. 1.000.000 per tanggal 1 Januari. Tempat penginapan yang disediakan oleh PT Penjuru Wisata Negeri terdiri dari dua tempat yaitu : Hotel Al Raya Grand/Setaraf yang ada di Makkah, dan Hotel Jawharat fayruz/Setaraf yang ada di Madinah. Selama pelaksanaan umrah jamaah akan di dampingi oleh dua orang petugas dari PT Penjuru Wisata Negeri.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



B. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis akan mendeskripsikan pada penelitian-penelitian lain yang berbentuk skripsi dan ada relevansinya dengan judul di atas. Adapun penelitian yang hampir mirip dan sama namun berbeda dengan penelitian ini yaitu penelitian yang berjudul:

Pertama, “*Pengaruh Pemilihan Jenis Paket Umrah Terhadap Kualitas Pelayanan Jama'ah Umroh PT. Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru*”. Penelitian ini ditulis oleh Ramadona (11544205642) Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Suska Pekanbaru. Menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat kuat antara pengaruh jenis paket umrah terhadap kualitas pelayanan dengan nilai yang diperoleh 0,820 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,01$ yaitu berada pada interval 0,80-1,000. Sedangkan dari hasil regresi linier sederhana juga menunjukkan bahwa paket umrah (X) berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan (Y). Uji signifikan parsial menunjukkan nilai t tes sebesar 5.287 sedangkan besar signifikannya $0,000 < 0,05$ dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($9,920 > 0,208$) yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa paket umrah berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah strategi promosi paket ibadah umrah ramadhan yang dilakukan oleh PT Penjuru Wisata Negeri.

Kedua, “*Strategi Pemasaran Produk Biro Haji Dan Umroh Sultan Agung Tour and Travel*” ditulis oleh Akmalia Syafira Dewi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Tahun 2017. Dalam skripsi ini Sultan agungng Tour and Travel menggunakan strategi bauran pemasaran untuk memasarkan produk layanan jasanya. Dalam strategi produknnya Sultan Agung Tour and Travel menawarkan beragam paket umroh. Untuk strategi harganya mempunyai berbagai macam pilihan paket. Untuk strategi promosinya menggunakan promosi offline atau online. Dalam strategi pemasaran Sultan Agung Tour and Travel juga menggunakan prinsip islam. Perbedaan Penelitian ini dengan penelitian saya adalah fokus pada penelitiannya. Dimana penelitian ini mengenai strategi pemasaran produk biro

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

haji dan umrah sedangkan penelitian saya mengenai strategi promosi paket ibadah umrah.

Ketiga, “*Strategi Promosi Jasa Perjalanan Haji dan Umroh Melalui Media Website oleh PT. Saibah Mulia Mandiri Semarang*” penelitian ini ditulis oleh M. Azizi Lamazido (101311041) Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang. Menunjukkan bahwa strategi pemasaran, khususnya strategi promosi yang diterapkan PT. Saibah Mulia Mandiri mampu meningkatkan jumlah jamaah yang menggunakan jasanya dan lebih memperluas wilayah pasarnya untuk dapat meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat di berbagai daerah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah promosi paket ibadah umrah ramadhan yang di lakukan PT Penjuru Wisata Negeri tidak menekankan pada media website seperti halnya penelitian ini.

Berbeda dari ketiga penelitian diatas, selain dari segi objek yang berbeda penelitian ini menekankan pada “Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Ramadhan Pt. Penjuru Wisata Negeri Travel Kota Pekanbaru”.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan uraian ringkas tentang teori yang digunakan dan cara menggunakan teori tersebut dalam menjawab pertanyaan penelitian.³⁹ Kerangka berpikir dapat berupa kerangka teori dan dapat pula berupa kerangka penalaran logis. Maka penulis menetapkan kerangka berpikir sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

³⁹Cik Hasan Bisri, *Panuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), 43.



2. Data Sekunder

Data sekunder adalah yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, sumber data sekunder diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu.⁴³ Atau bisa juga dari observasi, laporan-laporan pendukung serta dokumentasi mulai dari dokumen kantor, foto-foto, dan bahan-bahan tertulis yang sangat, membantu penelitian ini. Sumber sekunder penelitian ini diperoleh dari observasi, berbagai bentuk laporan-laporan pendukung yang telah ada.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami penelitian.⁴⁴ Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling adalah menentukan orang-orang yang dipilih atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat penulis berdasarkan tujuan riset.⁴⁵ Jadi sampel diambil tidak secara acak, tapi ditentukan oleh sendiri.

Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah *Pertama*, Syamsul Bahri Samin sebagai Maneger area II Riau PT. Penjuru Wisata Negeri peneliti menetapkan Maneger area II Riau sebagai informan penelitian karena mengetahui semua manajemen secara keseluruhan mengenai PT. Penjuru Wisata Negeri. *Kedua*, Habibi Sholeh sebagai staf Marketing yang melakukan tugas mempromosikan paket-paket yang telah di tetapkan PT. Penjuru Wisata Negeri, *ketiga*, Rahmad Ramadhan S.Pd, sebagai kepala bagian Umroh/Tour karena dalam proses pelayanan ibadah umroh, beliau yang melakukan tugas melayani administrasi bagi calon jamaah. *Keempat*, Jumari dan Gandi penulis menetapkan 2 orang jamaah sebagai informan penelitian untuk memastikan proses pelayanan sesuai dengan apa yang telah ditetapkan PT. Penjuru Wisata

⁴³ Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 78.

⁴⁴ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Prenada Medai Group, 2007), 78.

⁴⁵ Mahi M. Hikmat, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 64.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 ©Hak Cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Negeri, selain itu untuk memastikan keabsahan data untuk menemukan perbandingan data antara PT. Penjuru Wisata Negeri dan jamaah.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah pencatatan peristiwa-peristiwa atau hal-hal atau keterangan-keterangan atau karakteristik-karakteristik sebagian atau seluruh elemen populasi yang akan menunjang atau mendukung penelitian. Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting, karena data yang dikumpulkan akan di gunakan untuk pemecahan masalah yang sedang di teliti atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan :

1. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti, telinga, penciuman, mulut dan kulit. Oleh karena itu, observasi merupakan kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya.⁴⁶ Metode ini penulis gunakan untuk memperoleh data tentang Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Ramadhan Pt Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru

2. Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, namun melalui dokumen.⁴⁷ Telaah dokumentasi juga penting untuk menemukan data (informasi) yang diperlukan dalam penelitian. Meskipun demikian data yang diperoleh dari telaah dokumentasi ini klasifikasinya bukan data primer, tetapi masuk dalam klasifikasi data sekunder.⁴⁸

Teknik ini penulis lakukan dengan cara mengumpulkan langsung data yang diperoleh di PT Penjuru Wisata Negeri Haji umroh yang terdiri dari: Profil, Struktur organisasi dan lain sebagainya.

⁴⁶ Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2009), 133.

⁴⁷ Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 87.

⁴⁸ Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Aswaja Persindo, 2015), 255.



3. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik.⁴⁹ Wawancara atau *Interview* adalah sebuah percakapan langsung (*face to face*) antara peneliti dan informan, dalam proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab.⁵⁰

Dalam penelitian ini, proses *interview* (wawancara) dilakukan untuk mendapatkan data dari informan tentang Strategi promosi paket Ibadah Umroh Ramadhan PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru. Dalam hal ini peneliti mengajukan pertanyaan kepada informan, terkait dengan penelitian yang dilakukan. Sedangkan informan bertugas untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara. Meskipun demikian, informan berhak untuk tidak menjawab pertanyaan yang menurutnya *privasi* atau rahasia.

4. Validitas Data

Validitas data adalah persoalan yang berhubungan dengan pertanyaan sejauh mana suatu alat ukur telah mengukur apa yang seharusnya diukur.⁵¹ Validitas data berarti bahwa data yang telah terkumpul dapat menggambarkan realitas yang ingin diungkapkan oleh peneliti.⁵² Validitas dalam penelitian kualitatif adalah kepercayaan dari data yang diperoleh dan analisis yang dilakukan peneliti secara akurat.⁵³ Dalam penelitian ini untuk menguji keabsahan hasil penelitian menggunakan triangulasi metode. Triangulasi ini dilakukan untuk melakukan pengecekan terhadap penggunaan metode pengumpulan data, apakah informasi yang didapat dengan metode interview sama dengan, metode observasi, atau apakah hasil observasi sesuai dengan informasi informasi yang

⁴⁹ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2013),

⁵⁰ W. Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. Gramedia, 2004), hlm. 119.

⁵¹ Jusuf Soewadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacana Media,

⁵² Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Press, 2015), 167.

⁵³ Alsa, *Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Yogyakarta, Pustaka Belajar, 2007),



diberikan ketika interview begitu pula teknik dilakukan untuk menguji sumber data ketika di interview dan diobservasi akan memberikan informasi yang sama atau berbeda. Apabila berbeda maka peneliti harus dapat menjelaskan perbedaan itu, tujuannya adalah mencari kesamaan data dengan metode berbeda.⁵⁴

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi. Maka akan dilakukan uji keabsahan informasi yang diperoleh dari hasil teknik tersebut.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat dimformasikan kepada orang lain.⁵⁵ Teknik analisis data bertujuan untuk menganalisa data yang telah terkumpul dalam penelitian ini. Setelah dari lapangan terkumpul dan disusun secara sistematis, maka langkah selanjutnya penulis akan melakukan analisis terhadap data tersebut.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif yaitu suatu analisis dengan menggambarkan atau memaparkan fenomena-fenomena dengan kata-kata atau kalimat. Selanjutnya data yang diperoleh dianalisis selanjutnya dapat disimpulkan.⁵⁶

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting. Dan mencari tema serta polanya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang dipandang asing, tidak kenal, dan belum memiliki pola, maka hal itulah yang dijadikan perhatian karena penelitian

⁵⁴ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2011), 133.

⁵⁵ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 88.

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2007)

kualitatif bertujuan mencari pola dan makna yang tersembunyi dibalik pola dan data yang tampak.

2. Paparan Data

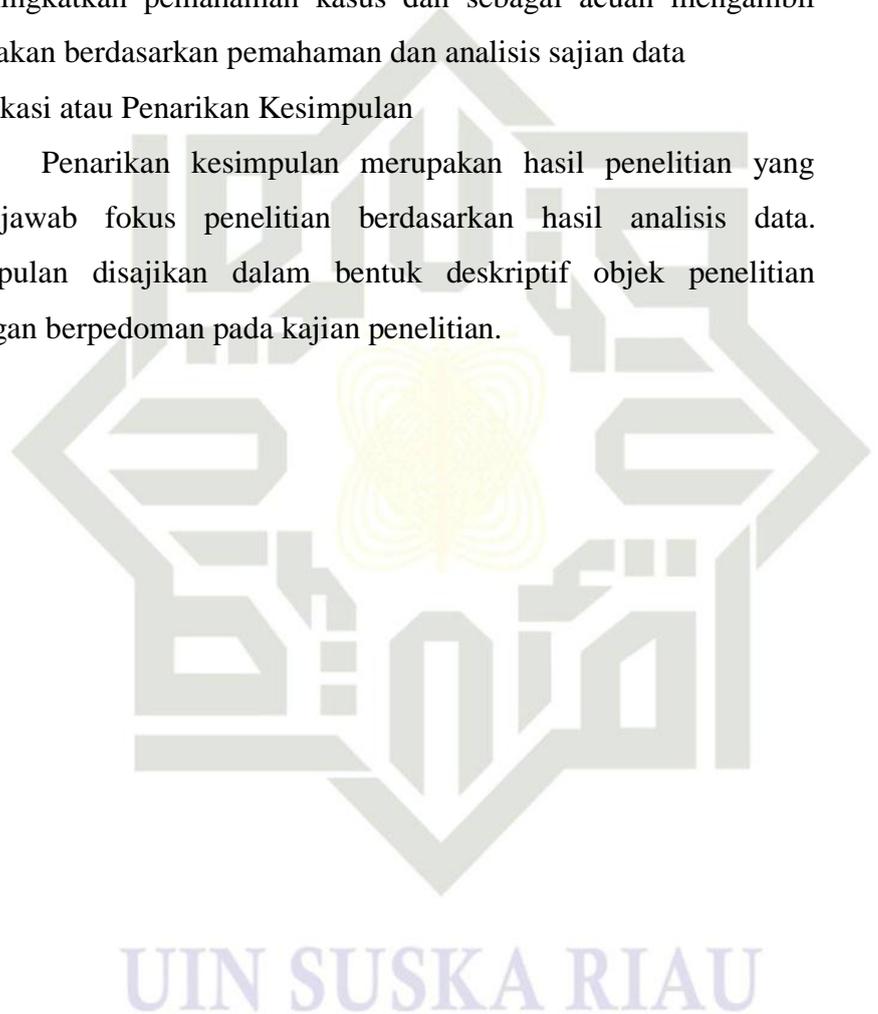
Pemaparan data sebagai sekumpulan informasi tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data

3. Verifikasi atau Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Simpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM AET TRAVEL PT. PENJURU WISATA NEGERI

Sejarah AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri

Sejarah AET Travel bermula pada Oktober 2010, didirikan oleh dua sahabat yaitu Rizki Kurniawan N dan Nasution, yang pertama bertemu di bangku kuliah pada tahun 2005. Awal pendirian perusahaan ini bertujuan untuk mempermudah masyarakat Sumatera Barat khususnya Kota Padang untuk membeli tiket pesawat dengan harga yang terjangkau.

Namun, seiring dengan tumbuh dan berkembangnya dunia pariwisata Indonesia, khususnya pariwisata Sumatera Barat, yang diikuti dengan tingginya keinginan masyarakat untuk berwisata setiap tahunnya, maka AET Travel juga merambah dunia tour, baik menyelenggarakan tour domestik maupun tour internasional.

Namun, mulai melejitnya angka jamaah umrah Indonesia beberapa tahun belakangan membuat perusahaan ini akhirnya menambah produk jasa ke penyelenggaraan umrah. Meski tergolong baru, namun pihak perusahaan berkomitmen menjadi biro penyelenggara umrah terpercaya dengan mengutamakan pelayanan prima. Yang mana umrah menjadi produk atau jasa unggulan. Dan lewat produk umrah pula juga bisa memberangkatkan ribuan jamaah setiap tahunnya hingga saat ini. Sekaligus mendongkrak nama perusahaan di mata masyarakat, khususnya di Sumatera Barat sebagai perusahaan penyelenggara umrah terpercaya.

Alhamdulillah, sejauh perusahaan ini berdiri, belum pernah batal memberangkatkan jamaah ke tanah suci untuk menunaikan ibadah umrah. Dan pada Juni 2016, berdasarkan keputusan Kementerian Agama RI dengan nomor 382 Tahun 2016, perusahaan memiliki izin.



B. Profil Perusahaan AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri

PT. Penjuru Wisata negeri (AET Travel) merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa sejak tahun 2010 dengan pelayanan ibadah umrah, wisata domestik maupun mancanegara.

Nama resmi perusahaan adalah PT. Penjuru Wisata Negeri dan menuliskan branding name AET Travel. Perusahaan berdiri pada tahun 2010 dan berkantor pusat di Citra Lake Blok E-01/20, Sawangan Jl. Raya Cinangka Km. 3 Sawangan, Depok, Jawa Barat. Berikut data perizinan perusahaan.

Izin usaha pariwisata	: 0039/03.07/PW/V/2012
NPWP	: 03.211.875.4-201.000
Izin HO	: 2325/IG-NI/BPMPTSP/IX/2016/PROB
Kemenkumham	: AHU-AH.01.03-0075771
Pengesahan badan hukum dan Ham	: AHU-01109.AH.01.01. Tahun 2012
TDP (Tanda Daftar Perusahaan)	: 03.07.3.79.03823
AMPHURI	: SKJ/STD/435
Izin Pennyelenggaraan Umrah	: 662 Tahun 2019

Struktur managemennya sebagai berikut:

1. Direktur Utama	: Rizki Kurniawan N
2. Komisaris Utama	: Nasution
3. Komisaris	: Buya Yusuf Helmi
4. Direktur Operasional	: H. Haryadi Nakasir
5. Sekretaris Perusahaan	: Joni Alfandri
6. Area Manager II Riau	: Syamsul Bahri Samin
7. Kepala bagian Umroh/Tour	: Rahmad Ramadhan, S.Pd
8. Marketing	: Habibi sholeh
9. Admin Area II Riau	: Gusti Sri Weni
10. Manager Visa	: Rahmad Rivaldi
11. Keuangan	: Gusti Sri Weni
12. Operasional/ Desain	: Teguh Anugrah Irawan
13. Operasional/ Logistik	: Islah Yasri
14. Frontliner	: Gusti Sri Weni

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



C. Kantor Area AET Travel PT Penjuru Wisata Negeri

Alamat kantor area di berbagai daerah:

1. Kantor area I Padang - Sumatera Barat: Jl. Raya By Pass Km.13, Kel. Sungai Sapih, Kec. Kurajin, Kota Padang Sumatera Barat.
2. Kantor Area II Pekanbaru - Riau: Jl. Soekarno Hatta (Arengka) RT 004/RW 008, Sidomulyo Timur Kec, Marpoyan Damai, Pekanbaru, Riau.
3. Kantor Area III Medan - Sumatera Utara: Jl Denai No 109, Kel. Tegal Sari Mandala II, Kec. Medan Denai, Medan - Sumatera Utara.
4. Kantor DKI-Jakarta: Citra Lake Blok E-01/20, Sawangan Jl. Raya Cinangka Km. 3, Sawangan, Depok Jawa Barat – 16516.
5. Kantor Area V Palembang – Sumatera Selatan: Jl. RA. Abu Samah Simpang Lima Lebung Siareng Kota Palembang Sumatera Selatan.
6. Kantor Area VI Jambi : Jl. Basuki Rahmat No. 03 RT 009, Kel. Handil Jaya, Kec. Jelutung, Kota Jambi.
7. Kantor Area VII Sidoarjo - Jawa Timur : Ruko Monroe No. 70, Kahuripan Nirwana, Sidoarjo Jawa Timur.

D. Visi dan Misi AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri

Visi :

“Menjadi Biro Perjalanan Wisata dan Penyelenggara Umrah yang Amanah dan Profesional dengan Jaringan Pemasaran Terluas di Indonesia”.

Prinsip penyelenggaraan umrah selalu mengedepankan keamanan, kepastian, dan kenyamanan keberangkatan dan penyelenggaraan ibadah umrah jamaah. “Keamanan” diartikan amanah dalam mengelola keuangan perusahaan atau amanah dalam mengelola pembayaran dana atau biaya umrah jamaah. Perusahaan hanya meminta uang muka kepada jamaah dan meminta pelunasan 45 hari sebelum keberangkatan. Perusahaan tidak pernah membuat program umrah berjangka 1 atau 2 tahun dan meminta pelunasan jauh-jauh hari sebelum keberangkatan.

“Kepastian” didefinisikan dengan keakuratan atau ketepatan jadwal keberangkatan dengan perencanaan. Perusahaan berusaha sekuat tenaga untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

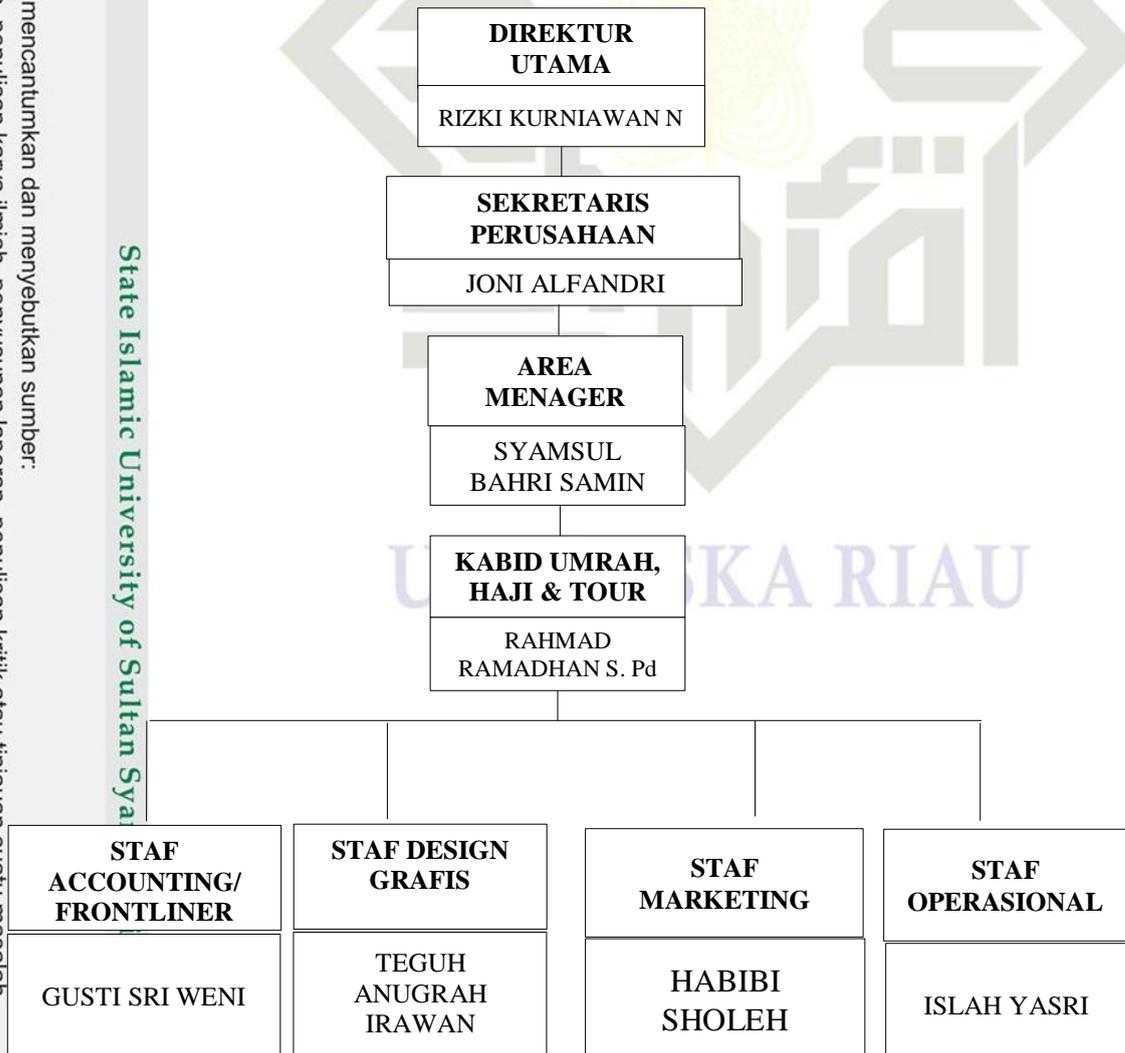
tidak pernah mengubah jadwal keberangkatan yang telah dipilih jamaah. Adapun “kenyamanan” adalah kata yang mewakili keinginan perusahaan untuk selalu memberikan fasilitas dan pelayanan melebihi keinginan atau harapan calon jamaah umrah.

Misi:

1. Memastikan dan terus meningkatkan standar pelayanan.
2. Selalu mengedepankan inovasi dalam produk dan pemasaran.
3. Memberikan jaminan keamanan dan kepastian keberangkatan kepada calon jamaah umrah.
4. Menanamkan dan mengimplementasikan nilai-nilai dakwah dalam setiap aktivitas perusahaan.

Struktur PT. Penjuru Wisata Negeri

Gambar IV.1
Struktur PT. Penjuru Wisata Negeri



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun uraian tugas dari masing-masing tingkatan dalam struktur organisasi AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri adalah:⁵⁷

1. Direktur

- Menetapkan tujuan dan kebijaksanaan perusahaan yang harus dicapai dalam periode tertentu.
- Mengesahkan rencana kerja perusahaan dalam periode tertentu.
- Mengawasi pelaksanaan rencana kerja secara keseluruhan.
- Mewakili badan usaha diluar perusahaan.
- Mengurus dan menangani kekayaan perusahaan.

2. Kabid Umrah, Haji & Tour

- Menyiapkan program umrah, haji dan tour.
- Membuat kontrak agent dengan agent Saudi.
- Menyiapkan program marketing
- Bertanggung jawab penuh dengan divisi umrah dan haji.

3. Frontliner

- Surat menyurat.
- Membuat program perjalanan umroh (itinerary).
- Membuat muktamir data (Manifest)
- Penerimaan pendaftaran jamaah.
- Menjawab telepon dan menyambungkan dengan staf yang memerlukannya.
- Mengkoordinasi dan memelihara ruang kantor, kunci kantor, telepon.
- Membuat LKU dan LRP.
- Menguasai dengan baik mengenai informasi produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan memberikan informasi selengkap-lengkapnyanya kepada calon jamaah.

4. Accounting

- Membuat pembukuan keuangan perusahaan.
- Melakukan posting jurnal operasional.
- Membuat laporan keuangan.

⁵⁷ Wawancara online dengan staff PT. Penjuru Wisata Negeri

d. Menginput data jurnal akuntansi ke dalam sistem yang dimiliki perusahaan.

e. Memeriksa dan melakukan verifikasi kelengkapan dokumen yang berhubungan dengan transaksi keuangan.

5. Marketing

a. Menentukan strategi pemasaran yang efektif dan efisien dengan memperhatikan sumber daya perusahaan.

b. Menjalin hubungan dengan jamaah khususnya dalam hal penanganan kompalin, pengukuran kepuasan jamaah.

c. Membuat dan menyiapkan proposal dan profile guna mendukung.

6. Design Grafis

a. Memperkirakan waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pekerjaan.

b. Berpikir kreatif untuk menghasilkan ide-ide dan konsep-konsep baru dan mengembangkan desain interaktif.

c. Menggunakan inovasi untuk mendefinisikan kembali desain dalam keterbatasan biaya dan waktu.

d. Mempresentasikan ide dan konsep yang telah dibuat.

e. Menyampaikan pesan dengan cara yang unik.

f. Bekerja sebagai bagian dari tim dengan copywriter, fotografer, pengembang web, account executive dan lain sebagainya.

7. Operasional

a. Pengurusan legalitas perusahaan.

b. Pengabsenan karyawan.

c. Pembuatan izin perusahaan.

d. Menyiapkan seat umrah dan haji.

e. Menyiapkan perlengkapan umrah dan haji.

f. Permohonan apply visa umrah dan haji.

g. Menyiapkan LA umrah dan haji.

h. Handling airport.



F. Program Umrah Ramadhan PT. Penjuru Wisata Negeri

Jenis paket umrah ramadhan yang terdapat di PT Penjuru Wisata Negeri terdiri dari beberapa macam, yaitu :⁵⁸

1. Paket Hebat

Paket Hebat Umrah Ramadhan yaitu paket umrah selama 12 hari, dengan biaya sejumlah Rp. 24.700.000. Tempat penginapan yang disediakan oleh PT Penjuru Wisata Negeri terdiri dari dua tempat yaitu : Hotel Elaf Mashaer/Setaraf yang ada di Makkah, dan hotel Gloria/Setaraf yang ada di Madinah. Selama pelaksanaan umrah jamaah akan di dampingi oleh dua orang petugas dari PT Penjuru Wisata Negeri.

2. Paket Hemat

Paket Hemat Umrah Ramadhan yaitu paket umrah selama 12 hari, dengan biaya sejumlah Rp. 23.500.000. Tempat penginapan yang disediakan oleh PT Penjuru Wisata Negeri terdiri dari dua tempat yaitu : Hotel Al Raya Grand/Setaraf yang ada di Makkah, dan Hotel Jawharat fayruz/Setaraf yang ada di Madinah. Selama pelaksanaan umrah jamaah akan di dampingi oleh dua orang petugas dari PT Penjuru Wisata Negeri.

3. Paket Super Hemat

Paket Super Hemat Umrah Ramadhan yaitu paket umrah selama 12 hari, dengan biaya sejumlah Rp. 22.900.000. Tempat penginapan yang disediakan oleh PT Penjuru Wisata Negeri terdiri dari dua tempat yaitu : Hotel Al Raya Grand/Setaraf yang ada di Makkah, dan Hotel Jawharat fayruz/Setaraf yang ada di Madinah. Selama pelaksanaan umrah jamaah akan di dampingi oleh satu orang petugas dari PT Penjuru Wisata Negeri.

4. Paket Umrah Full Ramadhan

Paket Umrah Full Ramadhan yaitu paket umrah selama 31 hari, dengan biaya sejumlah Rp. 40.000.000. Promo hanya berlaku pada pendaftaran di bulan Desember dan harga kembali normal dengan harga up Rp. 2.000.000 per tanggal 1 Januari. Tempat penginapan yang disediakan oleh PT Penjuru Wisata Negeri terdiri dari dua tempat yaitu : Hotel Al Raya

⁵⁸ Brosur PT. Penjuru Wisata Negeri

Grand/Setaraf yang ada di Makkah, dan Hotel Jawharat fayruz/Setaraf yang ada di Madinah. Selama pelaksanaan umrah jamaah akan di dampingi oleh dua orang petugas dari PT Penjuru Wisata Negeri.

6. Paket Full Ramadhan Backpacker

Paket Umrah Full Ramadhan Backpacker yaitu paket umrah selama 31 hari, dengan biaya sejumlah Rp. 30.000.000. Promo hanya berlaku pada pendaftaran di bulan Desember dan harga kembali normal dengan harga up Rp. 1.000.000 per tanggal 1 Januari. Tempat penginapan yang disediakan oleh PT Penjuru Wisata Negeri terdiri dari dua tempat yaitu : Hotel Al Raya Grand/Setaraf yang ada di Makkah, dan Hotel Jawharat fayruz/Setaraf yang ada di Madinah. Selama pelaksanaan umrah jamaah akan di dampingi oleh dua orang petugas dari PT Penjuru Wisata Negeri.

6. Paket Program Awal Ramadhan

Paket Program Awal Ramadhan yaitu paket umrah selama 16 hari, di awal ramadhan dengan biaya sejumlah Rp. 30.000.000. Promo hanya berlaku pada pendaftaran di bulan Desember dan harga kembali normal dengan harga up Rp. 1.000.000 per tanggal 1 Januari. Tempat penginapan yang disediakan oleh PT Penjuru Wisata Negeri terdiri dari dua tempat yaitu : Hotel Al Raya Grand/Setaraf yang ada di Makkah, dan Hotel Jawharat fayruz/Setaraf yang ada di Madinah. Selama pelaksanaan umrah jamaah akan di dampingi oleh dua orang petugas dari PT Penjuru Wisata Negeri.

7. Paket Program Tengah Ramadhan

Paket Program Tengah Ramadhan yaitu paket umrah selama 18 hari, di pertengahan ramadhan dengan biaya sejumlah Rp. 31.000.000. Promo hanya berlaku pada pendaftaran di bulan Desember dan harga kembali normal dengan harga up Rp. 1.000.000 per tanggal 1 Januari. Tempat penginapan yang disediakan oleh PT Penjuru Wisata Negeri terdiri dari dua tempat yaitu : Hotel Al Raya Grand/Setaraf yang ada di Makkah, dan Hotel Jawharat fayruz/Setaraf yang ada di Madinah. Selama pelaksanaan umrah jamaah akan di dampingi oleh dua orang petugas dari PT Penjuru Wisata Negeri.



8. Paket Program Akhir Ramadhan

Paket Program Akhir Ramadhan yaitu paket umrah selama 19 hari, di pertengahan ramadhan dengan biaya sejumlah Rp. 33.000.000. Promo hanya berlaku pada pendaftaran di bulan Desember dan harga kembali normal dengan harga up Rp. 1.000.000 per tanggal 1 Januari. Tempat penginapan yang disediakan oleh PT Penjuru Wisata Negeri terdiri dari dua tempat yaitu : Hotel Al Raya Grand/Setaraf yang ada di Makkah, dan Hotel Jawharat fayruz/Setaraf yang ada di Madinah. Selama pelaksanaan umrah jamaah akan di dampingi oleh dua orang petugas dari PT Penjuru Wisata Negeri

Uang muka atau DP yang harus dibayar oleh masing-masing jamaah senilai Rp 5.000.000 dan sudah bisa mendapatkan perlengkapan umrah, seperti koper, buku panduan, kain ihram untuk laki-laki atau mukenah untuk perempuan, kain seragam (batik), ikat pinggang, tas koper, tas jinjing, dan syal. Pembayaran biaya umrah dapat dilakukan oleh jamaah melalui via transfer ataupun setoran tunai ke rekening pusat. Jamaah yang sudah melakukan pembayaran DP, diwajibkan untuk melakukan pelunasan biaya umrah 40 hari atau 1 bulan sebelum waktu keberangkatan. Harga paket di atas tidak termasuk biaya pembuatan passport, suntik Meningitis, biaya ziarah tambahan diluar program, pengeluaran pribadi (telepon, laundry, dan lain-lain), biaya kelebihan bagasi dan porter (buru angkutan bagasi), biaya asuransi, tax handling. Harga paket di atas sudah termasuk:

1. Tiket pesawat domestik dan internasional (PP).
2. Akomodasi penginapan Makkah dan Madinah.
3. Makan 3x sehari (masakan Indonesia)
4. Transportasi Bus
5. Visa
6. Perlengkapan : Pakaian ihram (laki-laki) dan mukenah (perempuan), Bahan seragam (batik), syal, ikat pinggang, tas paspor, tas jinjing, koper, buku panduan manasik.
7. Manasik umrah
8. Pembimbing ibadah (Muthawif/Muthawifah)
9. Zam-Zam 5 liter.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun dokumen-dokumen yang harus dilengkapi oleh masing-masing jamaah umrah sebagai berikut:⁵⁹

1. Fotocopy KK.
2. Fotocopy KTP.
3. Passport asli minimal 3 suku kata.
4. Buku kuning
5. Pas photo ukuran 4x6 dengan latar putih dan fokus wajah 80% (5 lembar)
6. Fotocopy buku nikah bagi suami istri.
7. Fotocopy akta kelahiran.
8. Membayar DP Rp 5.000.000/jamaah.
9. Pelunasan dilakukan 40 hari sebelum keberangkatan.

G. Metode Pembayaran

Pembayaran dapat dilakukan langsung di kantor PT. Penjuru Wisata Negeri Jl. Soekarno-Hatta, Arengka I (atas) RT 004/RW 008, Sidomulyo Timur Kec, Marpoyan Damai, Pekanbaru dan setelah melakukan pembayaran harus mengkonfirmasi pembayarannya. Selain itu pembayaran juga dapat dilakukan melalui rekening.⁶⁰

Tabel IV.1
Daftar Bank Pembayaran Biaya Umrah, Haji Plus dan Tour

No	Bank	No. Rekening	Nama Penerima
1.	Mandiri (IDR)	111-000-644257-4	PT. Penjuru Wisata Negeri
2.	Mandiri (IDR)	108-007-0911111-1	PT. Penjuru Wisata Negeri
3.	BRI Konvensional	005801002741304	PT. Penjuru Wisata Negeri
4.	BNI Konvensional	417717276	PT. Penjuru Wisata Negeri
5.	BNI Syariah	630247124	PT. Penjuru Wisata Negeri
6.	BSM	7773773771	PT. Penjuru Wisata Negeri

H. Media Publikasi dan Informasi

Berikut jangkauan siaran yang dimiliki PT. Penjuru Wisata Negeri (AET Travel) sebagai media komunikasi dan informasi dalam upaya meningkatkan pelayanan jasa travel wisata dan umroh bagi masyarakat.

⁵⁹ Wawancara dengan staff PT. Penjuru Wisata Negeri

⁶⁰ Wawancara dengan staff PT. Penjuru Wisata Negeri

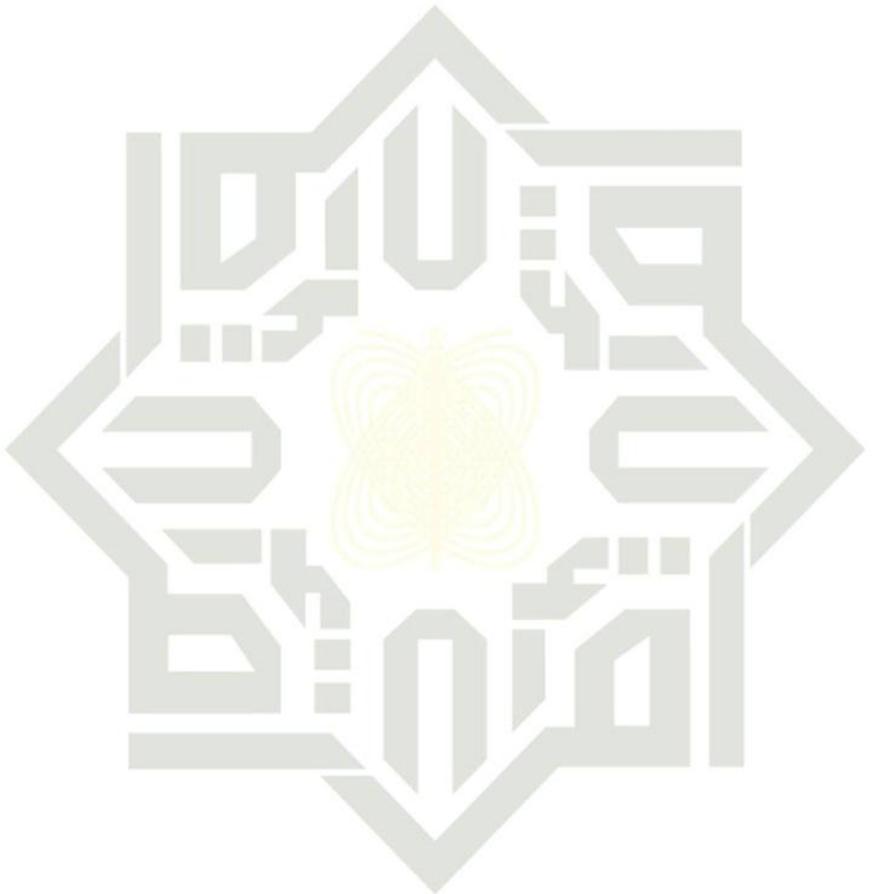


UIN SUSKA RIAU

1. Instagram : Aet_travel , aettravel_area2.
 2. Facebook : Aet Travel-PT penjuru wisata negeri
 3. Youtube : Aet Channel, Aet riau Channel
 4. Web : aet.co.id
 5. Whatsapp : 082241410606
 6. Contact Person : 082241410909
- 1. Hak Cipta dan Hak Tanggung Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Halaman ini milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU



DAFTAR PUSTAKA

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Muhammad. 2014. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Abdullah, Ma'ruf. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Persindo.
- Effzal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Alfiana, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alsa. 2007. *Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta. Pustaka Belajar.
- Kassauri, Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Alisri, Cik Hasan. 2001. *Panuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Gunung. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Djamiludin, Dimjati. 2011. *Panduan Ibadah Haji dan Umroh Lengkap*. Solo: PT Era Adicitra Intermedia.
- Handy, Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Dayuh, Iwan. 1999. *Buku Pintar Haji dan Umroh*. Jakarta: Pustaka Waraga Negara.
- Gulo, W. 2004. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Sunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Prakti*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 2002.
- Hikmat, Mahi M. 2014. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip., dan Kevin Lane Keller. 2005. *Marketing Manajemen*. Jakarta: Person International Edition.
- Kotler, Philip. 1993. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Larrech, dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.



Madjid, Nurcholish. 1997. *Perjalanan Religius Umrah dan Haji*. Jakarta: Paramadina.

Megahayanti, Nita. 2008. *Sistem Pelayanan Haji dan Umrah*. Jakarta: PT Alur Mulia.

Mora, Henry Sima. 1997. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN.

Nalima, Hamid. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: CV. Alfabeta.

Rohimi, Abdurrahman. 1996. *Segala Tentang Haji dan Umrah*. Jakarta: PT. Gelora.

Said Asil Husin Al Munawar dan Abdul Halim. 2005. *Fikih Haji Menuntun Jama'ah Mencapai Haji Mabruur*. Jakarta: Ciputat Press.

Siagian, Sondang. 2005. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Soewadi, Jusuf. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media.

Stanton, Willian J. 1991. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryabrata, Sumardi. 1995. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

JURNAL

Arianti, Tria. *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Pejualan Produk di PT.United Indo Surabaya*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen. Vol. 3, No. 10. (2014).

Reca Elarni, Hermanto. *Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Layanan SAP Express Pada PT. SAP*. Jurnal Administrasi Bisnis. 2016.

Wahyuni Alida. *Kajian Bauran Promosi di Perguruan Tinggi X*. Vol. 1. Jurnal Liquidity Vol. 1, No. 2, Juli-Desember 2012.



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI & THESIS

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

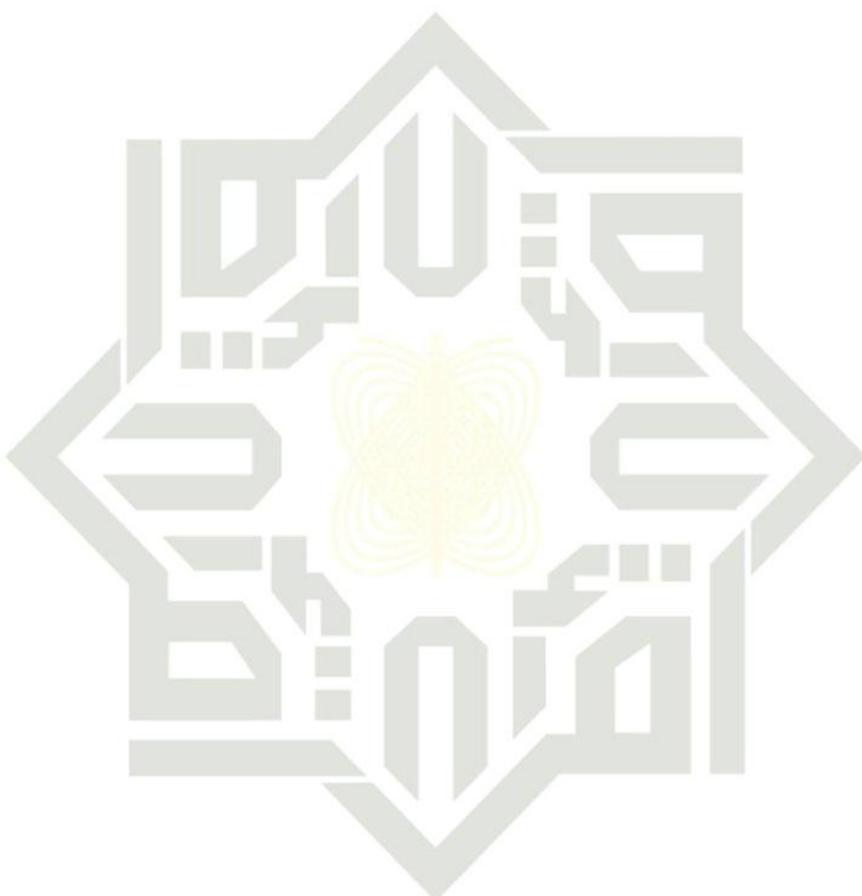
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dewantero, Rofi. *Pengaruh Strategi Promosi Kualitas Produk dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Tas dan Dompot Maju Jaya Promotion Home Industry*. Skripsi: Fakultas Ekonomi & Bisnis. 2015.

Hatta, Angraini Frista Pratiwi Hatta. 2015. Thesis: *Manajemen Travel Haji dan Umroh Dalam Merekrut Jamaah* (Studi Kasus di PT Aliyah Perdana Wisata). Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.



UIN SUSKA RIAU

LAMPIRAN 1

BUKTI WAWANCARA ONLINE DAN OFFLINE

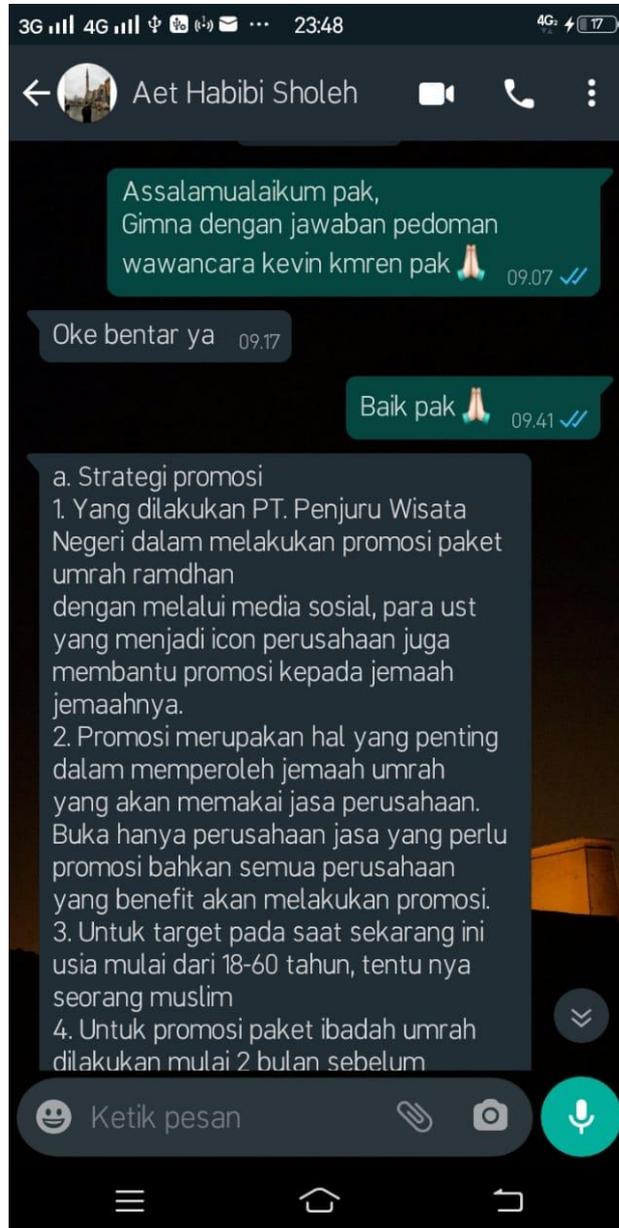
Wawancara online kepada bapak Syamsul Bahri Samim selaku Menejer Area II Riau PT. Penjuru Wisata Negeri



1. Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Wawancara online kepada bapak Habibi Sholeh selaku Staff Marketing PT.

Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Wawancara Online kepada Bapak Rahmad Ramadhan,S.Pd selaku Kepala Bagian Umroh/Tour PT. Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



4. Wawancara kepada Bapak Jumari Selaku Jamaah Umroh Ramadhan pada PT.

Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru



© Ha

Hak Cipta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Wawancara kepada Bapak Gandi Selaku Jamaah Umroh Ramadhan pada PT.

Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru



© Ha

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BROSUR

1. Brosur Program Umroh Reguler & Ramadhan

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

AET TRAVEL INDONESIA
PT. PERJURU WISATA NEGERI

Program UMRAH REGULER & RAMADHAN
Periode Keberangkatan Musim 1441 H / Oktober 2019-April 2020

Terbang Bersama SCOOT AIRLINES

Hebat 24.7 Juta Selama 12 Hari
Hotel Mekkah Elaf Al Mashrah / Setaraf
Hotel Madinah Uloria / Setaraf
2 Orang Petugas

Hemat 23.5 Juta Selama 12 Hari
Hotel Mekkah Al Raya Grand / Setaraf
Hotel Madinah Jawahat Fayruz / Setaraf
2 Orang Petugas

Super Hemat 22.9 Juta Selama 12 Hari
Hotel Mekkah Al Raya Grand / Setaraf
Hotel Madinah Jawahat Fayruz / Setaraf
1 Orang Petugas

Informasi Hubungi:
aet.co.id aet channel aet_travel Aet Travel - PT. Perjuru Wisata Negeri

AET TRAVEL INDONESIA
PT. PERJURU WISATA NEGERI

Program UMRAH FULL RAMADHAN
PROMO RAMADHAN

40 JT UMRAH FULL RAMADHAN
FULL BAKUP, TRAVEL PACK, HAJAR, 12000 JT/Orang

30 JT FULL BAKUP, TRAVEL PACK, HAJAR, 12000 JT/Orang

31 JT PROGRAM UMRAH RAMADHAN

33 JT PROGRAM UMRAH RAMADHAN

HOTEL MAKKAH
AL RAYA GRAND, ELAF AL MASHRAH, MAKARIM AL AMAL, TAL AL KHALID

HOTEL MADINAH
ULORIA, JAWAHAT AL FAYRUZ

TRANSPORTASI BUS
BUS AL HARIZ

SYARAT PENDAFTARAN
1. Pendaftaran 12000
2. Pendaftaran Kupon Keluaran
3. Pendaftaran Kupon Keberangkatan
4. Syarat Visa Umrah
5. Foto ukuran 3x3
6. Paspor
7. Paspor
8. Paspor
9. Paspor
10. Paspor

TERBANG BERSAMA
SCOOT AIRLINES

menyebutkan sumber:

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

LOKASI TEMPAT PENELITIAN



- Hak Cipta © H2
1. Dilarang mengutip, menyalin, atau menjiplak sebagian atau seluruhnya isi karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengutip, menyalin, atau menjiplak sebagian atau seluruhnya isi karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

STRATEGI PROMOSI PAKET IBADAH UMROH RAMADHAN PADA PT. PENJURU WISATA NEGERI KOTA PEKANBARU

Disusun Oleh:

KEVIN DENZA WIJAYA
NIM 11740415277

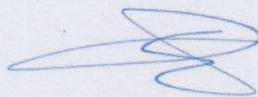
Telah di setujui oleh pembimbing pada tanggal 10 Juni 2020

Pembimbing

Digitally signed by masduki@uin-suska.ac.id
Date: 2020.06.12 20:18:50 +07'00'

Drs. Masduki, M. Ag
NIP.197106121998031003

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah



Imron Rosidi, S.Pd., M.A., Ph.D
NIP.19811118 200901 1 006

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 10 Juni 2020

Hal : *Naskah Riset Proposal*

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Di
Tempat

Assalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.

Dengan hormat,

Setelah membaca, menulis dan memberi penunjuk serta mengadakan perubahan seperlunya, maka kami selaku dosen pembimbing menyetujui bahwa riset proposal saudara **KEVIN DENZA WIJAYA**, NIM 11740415277 dengan judul "**STRATEGI PROMOSI PAKET IBADAH UMROH RAMADHAN PADA PT. PENJURU WISATA NEGERI KOTA PEKANBARU**" untuk diajukan pada seminar proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatian bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing

Digitally signed by masduki@uin-suska.ac.id
Date: 2020.06.12 20:18:50 +07'00'

Drs. Masduki, M.Ag
NIP.197106121998031003



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051 Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> Email: fdk@uin-suska.ac.id

Nomor : B-2788/Un.04/PP.00.9/05/2020 Pekanbaru, 12 Mei 2020
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 Berkas
Hal : Penunjukan Pembimbing
a.n. **Kevin Denza Wijaya**

Kepada Yth.
Dr. Masduki, M.Ag
Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Suska Riau

Assalamu 'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n. **Kevin Denza Wijaya** NIM. 11740415277 dengan judul "**Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Ramadhan PT. Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru**" saudara menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.

Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu 6 (enam) bulan.

Atas kesediaan & perhatian saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam
Dekan,



Dr. Nurdin, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Ketua Jurusan Manajemen Dakwah

- a. Pengutuban hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutuban tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051

Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> Email: fdk@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/8700/2020
Sifat : Biasa
Hal : **Mengadakan Penelitian**

Pekanbaru, 18 Rabiul Akhir 1442 H
03 Desember 2020

Kepada Yth:
Kepala Dinas Penanaman Modal dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau
Di
Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a : **Kevin Denza Wijaya**
N I M : 11740415277
Semester : VII (tujuh)
Jurusan : Manajemen Dakwah
Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

“Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Ramadhan PT.Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru”

Adapun sumber data penelitian adalah:

“PT.Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru”

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatian Saudara diucapkan terima kasih.



Wassalam
a.n. Rektor,
Dekan,

Dr. Nurdin, MA
NIP.19660620 200604 1 015

Tembusan :
1. Yth. Rektor UIN Suska Riau
2. Mahasiswa yang bersangkutan

BIOGRAFI PENULIS



Kevin Denza Wijaya, lahir di Semarang, 06 Desember 1999. Merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Penulis lahir dari pasangan suami istri Bapak Ahdyanuar dan Ibu Sri Rahayu. Penulis Menyelesaikan pendidikan dasar di SDN 38 Rantau Badak JAMBI lulus pada tahun 2011, Mts Al-Musthofa Tsani Rantau

Badak JAMBI lulus pada tahun 2014, Ponpes As'ad Jambi lulus pada tahun 2017 dan melanjutkan pendidikan di UIN Suska Riau melalui jalur UMPTKIN di Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan jurusan Manajemen Dakwah dan Mengambil konsentrasi Travel Haji dan Umroh, Penulis melakukan penelitian di PT. Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru dengan judul “Strategi Promosi Paket ibadah Umroh Ramadhan PT. Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru”, dinyatakan lulus pada tanggal 19 Juli 2021 dan berhak menyandang gelar Sarjana Sosial (S.Sos) melalui sidang munaqasah Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

- Hak Cipta
1. Dilarang menyalin seluruh karya tulis ini tanpa menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.