



Hak Cipta Diindungi 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

Al – Quran dijadikan sebagai sumber hukum yang utama, karena Al – Quran berasal dari Allah SWT yang Maha Mengetahui apa yang terbaik bagi manusia dalam menata kehidupannya sehingga selamat di dunia dan akhirat. Al – Quran memuat seluruh aspek hukum terkait dengan akidah, syariah (baik *mahdhah* maupun *muamalah*), dan akhlak serta terjaga keaslian dan keotentikannya. Oleh karena itu, wujud pengalaman dari keimanan kepada Allah, Rasul dan Kitab – Nya dilakukan dengan menerima dan melaksanakan ajaran yang terkandung dalam Al – Quran secara utuh, bukan dengan sebagian dan mengingkari sebagian yang lain. Seperti yang dijelaskan dalam surah Al-Baqarah (2): 208:¹

إِنَّهُ وَالشَّيْطَانِ خُطُوبَاتٍ تَتَّبِعُوا وَلَا كَافَّةَ السِّلْمِ فِي آدْخُلُوا ءَامَنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا
 مُبِينٌ عَدُوْلَكُمْ

Artinya: “Wahai orang – orang yang beriman! Masuklah ke dalam islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikuti langkah – langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu.”

Mencari dan mengembangkan harta benda dan kekayaan diperbolehkan dalam islam, sepanjang hal itu dilaksanakan dalam koridor yang benar dan halal yaitu melalui pekerjaan dan atau perniagaan halal yang saling rela.²

¹ Al-Quran, OS. Al-Baqarah (2:208)

² Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah Di Indonesia*, (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2013), cet, 3, hlm. 38

Hak Cipta Diindungi 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.

Perniagaan halal yang saling rela juga bisa dimaksudkan ialah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda – benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan Syara' dan disepakati.³

Strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Setiap fungsi manajemen memberikan kontribusi tertentu pada saat penyusunan strategi pada level yang berbeda.⁴

Pemasaran adalah kegiatan yang kompleks dan melibatkan berbagai pihak, perlu waktu dan tenaga. Pemasaran tidak hanya selesai setelah pelanggan puas, atau setelah mereka menunjukkan loyalitas, namun kegiatan pemasaran akan terus dilakukan, bahkan hingga akhir usia pelanggan. Sehingga pemasaran menjadi bisnis jangka panjang dan tanpa akhir. Setiap kegiatan pemasaran akan selalu dikerangkai dalam perspektif jangka panjang tersebut.⁵

Strategi pemasaran adalah logika pemasaran di mana unit bisnis mengharapkan untuk mencapai tujuan pemasaran. Dalam hal ini perusahaan akan menentukan konsumen mana yang akan dipilih untuk dilayani, selanjutnya mengelompokkan pasar dalam kelompok – kelompok yang lebih

³ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT Rajagrafindo, 2011), cet.-7, hlm. 68

⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008), hlm.

⁵ Suharno dan Yudi Sutarso, *Marketing in Practice*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm.

Hak Cipta Diindungi 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.

kecil dan melayani yang menguntungkan. Berdasarkan strategi pemasaran tersebut, selanjutnya pemasar menyusun bauran pemasaran (*marketing mix*).⁶

Dalam strategi pemasaran ini, terdapat Strategi Acuan/Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), yang menetapkan komposisi terbaik dari keempat komponen atau variabel pemasaran, untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju sekaligus mencapai tujuan dan sasaran perusahaan. Keempat unsur atau variabel Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) tersebut adalah:⁷

1. Strategi Produk
2. Strategi Harga
3. Strategi Distribusi (Tempat)
4. Strategi Promosi

Pemasaran atau *marketing* memegang peranan yang sangat penting dalam sebuah bisnis, tetapi sering kali pemasaran ini tidak di prioritaskan. Pemasaran tidaklah sama dengan jualan karena dalam pemasaran bukan hanya sekedar jualan saja. Banyak yang kurang menyadari bahwa penerapan strategi pemasaran yang benar akan memberikan efek yang kuat terhadap perusahaan atau bisnis yang sedang dibangun.

Dalam dunia *marketing*, ada beberapa hal yang dilakukan oleh *marketing*:⁸

1. Pemasaran berfungsi untuk mengkomunikasikan informasi produk kita ke konsumen, mulai dari kelebihan produk, fitur serta berbagai informasi detail tentang produk.

⁶ Suharno dan Yudi Sutarso, *Ibid*, hlm. 26

⁷ Marius P. Angipora, *Dasar – Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2002), Cet.-2, hlm.25

⁸ <http://raosang.blogspot.co.id/2013/08/pentingnya-strategi-pemasaran.html>. Diakses pada tanggal 30 Januari 2017

Hak Cipta Diindungi 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.

Ayat tersebut sangat relevan untuk dipedomani dalam pelaksanaan tugas marketing, sebab marketing merupakan bagian sangat penting dari mesin perusahaan. Dari ayat tersebut dapat kita ketahui pula, pertama, perusahaan harus dapat menjamin produknya. Jaminan yang dimaksud mencakup dua aspek-material, yaitu mutu bahan, mutu pengolahan, dan mutu penyajian, aspek non-material mencakup kehalalan dan keislaman dalam penyajian. Kedua, yang dijelaskan Allah adalah manfaat produk. Produk bermanfaat apabila proses produksinya benar dan baik. Ada pun metode yang dapat digunakan agar proses produksi benar dan baik. Ketiga, penjelasan mengenai sasaran atau customer dari produk yang dimiliki oleh perusahaan.⁹

Pada dasarnya manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi, dan distribusi dari barang-barang jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan sekelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dari organisasi. Hal ini berarti dalam manajemen pemasaran tercakup serangkaian kegiatan analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atas barang dan jasa dan gagasan dengan tujuan utama kepuasan pihak – pihak yang terlibat.¹⁰

Persaingan yang semakin luas menyebabkan harus adanya strategi yang matang, strategi pemasaran merupakan strategi yang dapat membuat usaha agar tetap bertahan dan berkembang. Supaya berhasil, perusahaan harus melakukan tugasnya melebihi pesaing dalam memuaskan konsumen sasaran.

⁹ <https://akmalaziz.wordpress.com/2014/01/09/pemasaran-dalam-perspektif-islam/>.

Diakses pada tanggal 30 Mei 2018

¹⁰ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 3

Maka, strategi pemasaran harus disesuaikan menurut kebutuhan konsumen maupun kebutuhan strategi pesaing. Merancang strategi pemasaran yang kompetitif dimulai dengan melakukan analisis terhadap pesaing. Perusahaan secara terus menerus membandingkan nilai dan kepuasan pelanggan dengan nilai yang diberikan oleh produk, harga, distribusi, dan promosinya terhadap pesaing dekatnya.

Dalam hidup, manusia tidak hanya mengandalkan kebutuhan saja. Pada dasarnya manusia memiliki sifat yang tidak pernah puas dengan apa yang mereka dapatkan. Kebutuhan itu sendiri terbagi dua, yaitu kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani. Kebutuhan jasmani itu sendiri bersifat fisik yang akan di penuhi dengan kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Untuk memenuhi kebutuhan rohani, maka manusia membutuhkan objek wisata yang bisa membuat pikiran bisa fresh kembali.

Jika berbicara manfaatnya wisata atau berwisata tentu ada yaitu selain sebuah hal yang menyenangkan, dengan berwisata pikiran kita juga menjadi lebih segar dan bisa mengenal dan mengetahui keadaan dan keindahan suatu tempat. Selain mengenal dan menyegarkan pikiran dari stresnya kesibukan sehari – hari dalam bekerja liburan juga bisa membangun sebuah kebersamaan di dalam keluarga. Hal yang menyenangkan ketika berwisata bersama keluarga, disana kita bisa mengetahui begitu berartinya kebersamaan dalam keluarga.

Wisata adalah kegiatan positif jika dimanfaatkan dengan tepat dan benar. Tidak semua orang bisa berwisata dengan keluarga karena berbagai faktor di antaranya faktor ekonomi. Sebetulnya masalah ini bisa diatasi karena

Hak Cipta Diindungi 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 Diindungi 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.

berwisata tidak harus yang mahal dan jauh. Jika tujuannya baik yaitu berwisata untuk membangun kebersamaan dalam keluarga atau lingkungan, tentu carilah tempat wisata yang dekat dengan kota atau desamu.¹¹

Tempat wisata telah menjadi industri dan suatu bisnis yang semakin menjanjikan dan berkembang. Perkembangan dunia bisnis saat ini semakin pesat sehingga membawa perusahaan, baik yang berskala besar maupun berskala kecil pada persaingan yang ketat, hal ini mendorong perusahaan untuk menerapkan berbagai strategi.

Salah satu tempat wisata ada pada Kelurahan Okura. Pemerintah Kota Pekanbaru mewacanakan untuk menetapkan Kelurahan Okura Kecamatan Rumbai Pesisir sebagai desa wisata. Pemilihan tersebut tidak lepas dari lokasinya yang berada di pinggir yang berbatasan dengan berbagai daerah seperti daerah Kabupaten Siak dan Kabupaten Pelalawan. Selain itu Okura potensial dikembangkan sebagai desa wisata karena didukung dengan makanan khas, sistem sosial kemasyarakatan masih akrab dan masyarakat menggiatkan penghijauan di pinggiran Sungai Siak yang mana letak Kelurahan Okura berdekatan dengan bantaran Sungai Siak. Hal ini sesuai Peraturan Daerah (Perda) 13 Tahun 2000 mengenai promosi pariwisata daerah. Salah satunya yang ada di Okura ini adalah Objek Wisata Dakwah Okura.

Objek Wisata Dakwah Okura ini sudah berdiri sejak 28 November 2014 silam. Dibangun ditanah seluas 5 Ha yang merupakan tanah milik keluarga yang terletak di Jalan Raya Panjang, Okura, Rumbai, Pekanbaru.¹²

¹¹<http://cinta-wisatanusa.blogspot.com/2012/05/my-blog-manfaat-wisata.html>. Diakses pada tanggal 1 Oktober 2018

Hak Cipta Diindungi 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.

Wisata Dakwah Okura ini adalah perusahaan keluarga yang bergerak dalam kumpulan olahraga yang di sunnahkan oleh Nabi Muhammad SAW. Terletak di Desa Okura, Rumbai inididalamnya terdapat berbagai macam olahraga seperti berkuda, memanah, *tracking*, *camping*, dan *outbound*. Wisata Dakwa Okura ini juga menetapkan target penjualan jasa pada pengunjung dengan menetapkan harga tiket pada setiap cabang olahraganya.¹³

Objek Wisata Dakwah Okura ini banyak dikunjungi oleh para wisatawan. Para wisatawan ini ada yang dari Pekanbaru dan ada juga yang dari luar daerah. Hal ini bisa di lihat dari data pengunjung menurut triwulan dari tahun 2015 – 2016.

Berikut adalah Data Pengunjung Wisata Dakwah Okura Rumbai.

Tabel 1.1
Data Pengunjung Wisata Dakwah Okura Rumbai
Tahun 2015 – 2016

No	Tahun	Triwulan	Jumlah Pengunjung	Persen(%)
1	2015	I (Januari – Maret)	106	5,99
		II (April – Juni)	491	27,77
		III (Juli – September)	298	16,85
		IV (Oktober – Desember)	873	49,37
2	2016	I (Januari – Maret)	795	26,08
		II (April – Juni)	645	21,16
		III (Juli – September)	788	25,85
		IV (Oktober – Desember)	820	26,90

Sumber dari: Wisata Dakwah Okura Rumbai

¹² Al-Makmur Nugraha, Pembina Objek Wisata Dakwah Okura, Wawancara pada tanggal 3 Januari 2017, Selasa, Pukul 10:01

¹³ Brosur Wisata Dakwah Okura

Keterangan pada tabel data diatas adalah bahwa pada triwulan pertama ke triwulan kedua di tahun 2015 mengalami kenaikan sebesar 27,77%. Akan tetapi pada triwulan ketiga mengalami penurunan dengan jumlah 16,85%. Dan triwulan keempat ditahun yang sama mengalami kenaikan lagi dengan jumlah 49,37%.

Selanjutnya pada triwulan pertama di tahun 2016 mengalami penurunan pada triwulan keempat di tahun 2015 dengan jumlah 26,08%. Triwulan kedua selanjutnya mengalami penurunan dengan jumlah 21,16%, dan pada triwulan ketiga ditahun yang sama mengalami kenaikan sebesar 25,85%. Hingga akhirnya pada triwulan keempat mengalami kenaikan sebesar 26,90%.

Berdasarkan dari data ini dilihat bahwa terjadi kenaikan dan penurunan jumlah pengunjung pada Wisata Dakwah Okura ini. Dimungkinkan karena upaya strategi pemasaran yang kurang bagus. Beberapa cara sudah dilakukan seperti membagikan brosur akan tetapi tetap saja jumlah pengunjungnya mengalami kenaikan dan penurunan.

Setiap perusahaan pada umumnya memiliki tujuan yang mencakup dalam beberapa aspek seperti mencapai volume penjualan tertentu, mendapatkan laba tertentu sebagai penunjang perusahaan agar tetap berkembang dinamis dalam lingkungan bisnisnya, usaha untuk mencapai tujuan tersebut tidak selalu dapat sepenuhnya dilaksanakan oleh perusahaan yang bersangkutan. Seperti yang kita ketahui dunia usaha selalu bersifat dinamis yang selalu diwarnai dengan adanya perubahan dari waktu ke waktu dan adanya keterkaitan dengan yang lainnya, karena itu strategi pemasaran sangat besar peranannya untuk keberhasilan suatu usaha atau perusahaan.

Hak Cipta Diindungi 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.

Berdasarkan pengamatan penulis, Objek Wisata Dakwah Okura Rumbai ini tidak terlepas dari promosi dan pemasaran yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Oleh karena itu, penulis ingin mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Sehingga hal ini akan lebih banyak menarik pengunjung untuk mendatangi objek wisata ini. Maka dari itu penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan ini dengan judul **“Strategi Pemasaran Objek Wisata Dakwah Okura Rumbai dalam Meningkatkan Pengunjung Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.”**

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini mencapai sasaran yang diinginkan, maka penulis membatasi permasalahan dalam penelitian ini pada **“Strategi Pemasaran Objek Wisata Dakwah Okura Rumbai Dalam Meningkatkan Pengunjung Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.”**

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah, maka rumusan masalah yang diajukan penulis yaitu:

1. Bagaimana strategi pemasaran Objek Wisata Dakwah Okura Rumbai dalam meningkatkan pengunjung?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat Objek Wisata Dakwah Okura Rumbai dalam meningkatkan pengunjung?
3. Bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap strategi pemasaran Objek Wisata Dakwah Okura Rumbai dalam meningkatkan pengunjung?

Hak Cipta Diindungi 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.

D. Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran Objek Wisata Dakwah Okura Rumbai dalam meningkatkan pengunjung.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat Objek Wisata Dakwah Rumbai dalam meningkatkan pengunjung.
3. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi islam terhadap strategi pemasaran Objek Wisata Dakwah Okura Rumbai dalam meningkatkan pengunjung.

E. Manfaat Penelitian

Adapun dilakukannya penelitian ini agar bermanfaat untuk:

1. Sebagai salah satu syarat untuk penulisan skripsi dalam menyelesaikan studi pada program S1 Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA RIAU.
2. Dapat memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan mengenai strategi pemasaran dalam Objek Wisata Dakwah Okura Rumbai ini.

F. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian lapangan yang bertempat di Jl. Raja Panjang, Okura, Rumbai, Pekanbaru. Alasan penulis mengambil lokasi karena tempat wisata ini terletak di desa yang dikembangkan oleh Pemerintah Pekanbaru sebagai desa wisata. Sehingga penulis ingin meninjau atau ingin mengetahui startegi pemasaran yang di buat oleh pihak Objek Wisata Dakwah Okura. Yang sebagaimana diketahui bahwa objek wisata ini terletak di desa wisata.

Hak Cipta Diindungi 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. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan Objek Wisata Dakwah Okura. Sedangkan objeknya adalah strategi pemasaran Objek Wisata Dakwah Okura dalam meningkatkan pengunjung ditinjau menurut perspektif ekonomi syariah.

3. Jenis dan Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Yaitu data yang secara langsung diperoleh dari responden, yaitu pimpinan, karyawan Objek Wisata Dakwah Okura Rumbai.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang tidak berhubungan langsung dengan responden dan merupakan data pendukung bagi peneliti, yaitu berupa data yang diambil dari beberapa buku-buku yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

4. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau sampel, dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah 9 orang yang terdiri dari 1 orang pimpinan dan 8 orang karyawan Objek Wisata

Hak Cipta Diindungi 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.

Dakwah Okura Rumbai. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah seluruh populasi dengan menggunakan metode *tota lsampling*. *Total Sampling* adalah sampel yang mewakili jumlah populasi. Biasanya dilakukan jika populasi dianggap kecil atau kurang dari 100.¹⁴

5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik dalam pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Observasi, yaitu penulis melakukan pengamatan langsung terhadap kejadian yang berhubungan dengan masalah tersebut.
- b. Wawancara, penulis mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung kepada responden yang berkenaan dengan masalah yang diteliti.
- c. Dokumentasi, yaitu berupa foto – foto Objek Wisata Dakwah Okura Rumbai.
- d. Studi Pustaka, dalam penulisan ini penulis juga mengumpulkan buku – buku yang berkaitan dengan penelitian tentang strategi pemasaran objek wisata dakwah okura dalam meningkatkan pengunjung.

6. Metode Analisa Data

Analisa data yang dilakukan dengan deskriptif kualitatif yaitu analisa data yang bersifat penjelasan dari data – data dan informasi yang berkaitan dengan teori dan konsep – konsep yang mendukung pembahasan, dimana pembahasan ini menggunakan metode kualitatif yang digambarkan dengan kata – kata atau kalimat untuk memperoleh kesimpulan.

¹⁴ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana,2012), hlm. 156

Hak Cipta Diindungi 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.

7. Metode Penulisan

Setelah data penulis peroleh, maka data tersebut akan penulis bahas dengan menggunakan metode berikut:

a. Metode Deduktif

Yaitu menggambarkan kaedah umum yang ada kaedah umum yang ada kaitannya dengan tulisan ini, dianalisis dan diambil kesimpulan secara khusus.

b. Metode Induktif

Yaitu dengan mengungkapkan serta mengetengahkan data khusus, kemudian data-data tersebut diinterpretasikan sehingga ditarik kesimpulan secara umum.

c. Metode Deskriptif

Yaitu penelitian yang menggambarkan kaedah, subjek, dan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada.

G. Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN, yang meliputi latar belakang masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM PENELITIAN, sejarah berdirinya Objek Wisata Dakwah Okura Rumbai, visi dan misi, struktur organisasi, kedudukan dan uraian tugas, produk - produk.

Hak Cipta Diindungi 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 III LANDASAN TEORI, pengertian strategi, pemasaran, strategi pemasaran dan pemasaran jasa, bauran pemasaran, strategi pemasaran dalam islam.

BAB IV HASIL PENELITIAN, strategi pemasaran Objek Wisata Dakwah Okura Rumbai dalam meningkatkan pengunjung, faktor penghambat dan pendukung Objek Wisata Dakwah Okura Rumbai dalam meningkatkan pengunjung, serta tinjauan ekonomi islam terhadap strartegi pemasaran Objek Wisata Dakwah Okura Rumbai dalam meningkatkan pengunjung.

BAB V PENUTUP, yang meliputi kesimpulan dan saran.