

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 Masalah

Haji sebagai salah satu ibadah dalam Islam menjadi rukun Islam kelima hukumnya wajib sekali seumur hidup bagi setiap orang Islam yang memenuhi syarat. Hal ini tampak dalam Al-Q.S Ali Imran : 97

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ^ط وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ ءَامِنًا ^ك وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ ^ط
الْبَيْتِ مَنْ أَسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ^ط وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ^ط

Artinya: padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim; Barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, Yaitu (bagi) orang yang sanggup Mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.

Melihat realita di Indonesia, peningkatan jumlah *waiting list* (daftar tunggu) pemberangkatan haji terus meningkat tiap tahunnya di Indonesia. Dalam sepuluh tahun terakhir, keinginan masyarakat untuk menunaikan ibadah haji selalu ada peningkatan setiap tahunnya dan seringkali melebihi porsi yang telah ditetapkan. Bahkan pada saat porsi nasional telah habis masih terdapat masyarakat yang berkeinginan untuk mendaftarkan diri untuk menunaikan ibadah haji.¹

¹ DITJEN BIMAS dan Penyelenggaraan Haji, *Realitas dan Tantangan Penyelenggaraan Ibadah Haji*, (Jakarta: Ditjen BPIH 2003). Cet ke-1, h.54

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.

Pada saat ini, di Indonesia, antrian daftar tunggu untuk keberangkatan haji paling cepat adalah kabupaten Buru Selatan dan kabupaten Seram Bagian Timur yaitu 7 tahun dan 8 tahun. Adapun yang paling lama adalah kabupaten Bantaeng yang mencapai 39 tahun.² Selisih ini dikarenakan kuota yang disediakan dan peminat untuk mendaftar per-provinsi atau kabupaten berbeda. Jadi, untuk kabupaten Buru Selatan, jika mendaftar tahun ini maka akan diberangkatkan pada tahun 2026. Masih tinggi *waiting list* (daftar tunggu) bagi jamaah asal Indonesia, membuat Kementerian Agama (Kemenag) berencana mensosialisasikan kewajiban menunaikan ibadah haji sekali dalam seumur hidup.

Dalam hal ini keinginan masyarakat Muslim untuk berangkat ke Tanah suci Makkah memerlukan waktu yang sangat lama. Oleh karenanya, banyak masyarakat kita sekarang ini memilih menjalankan ibadah umrah yang bisa dilakukan kapan pun kecuali pada bulan haji demi mewujudkan impiannya ke Rumah Allah (Baitullah).

Karena banyaknya minat dari masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah hal ini menjadi salah satu tantangan bagi PT Penjuru Wisata Negeri untuk bagaimana mengenalkan produk atau paket ibadah umrah dan haji khusus kepada masyarakat agar membuat masyarakat tertarik akan produk yang ditawarkan.

Begitu banyak Biro Perjalanan Ibadah Umrah yang melayani masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah, dan semakin bertambahnya

² <https://haji.kemenag.go.id/v3/basisdata/waiting-list>, diakses pada tanggal 18 Januari 2019.

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.

peminat ibadah umrah disertai dengan banyaknya permintaan sehingga semakin besar tantangan untuk meningkatkan kualitas Biro Perjalanan Ibadah Umrah dalam segala hal. Karena persaingan yang dihadapi oleh Biro Perjalanan Ibadah Umrah semakin beragam, maka sudah selayaknya segala sesuatu yang berhubungan dengan manajemen harus semakin ditingkatkan agar strategi yang dilakukan dalam menentukan target pasar maupun menarik minat calon jamaah umrah bisa tercapai dengan baik.

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

Dibutuhkan teknik pemasaran yang kompeten, dimana pengertian dari pemasar adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta memerlukan produk dan nilai dengan pihak lain.³ Di dalam kegiatan ekonomi, pemasaran merupakan salah satu hal yang sangat penting, karena pemasaran merupakan kegiatan perekonomian yang berperan dalam menciptakan nilai ekonomi. Kotler mendefenisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok

³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), cet. Ke-1, h. 61.

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.

mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Defenisi ini berdasarkan konsep inti: kebutuhan, keinginan, dan permintaan, produk, nilai, biaya, dan kepuasan, pertukaran, transaksi, dan hubungan pasar, pemasaran dan pemasar.⁴

Sedangkan Asosiasi Pemasaran Amerika memberikan defenisi formal pemasaran sebagai suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.⁵

Dari beberapa defenisi diatas dapat disimpulkan defenisi pemasaran secara umum yaitu sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Hal ini juga didukung oleh pendapat Swasta "Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya."⁶

Adapun strategi pemasaran terdiri dari 4P yaitu *price*, *promotion*, *product* dan *place* dimana semua indikator pemasaran ini memiliki peran penting dalam sebuah usaha.

⁴Kotler, Philip, Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2004), h. 14.

⁵M. Nur rianto al-arif, *Dasar-dasar Pemasaran Syariah*(Bandung: Alfabeta, 2012), h. 6.

⁶William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1991), h.5.

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.

Perusahaan yang berorientasi pasar pada umumnya akan dihadapi oleh masalah dalam bidang pemasaran. Dengan perkembangan waktu dan teknologi yang semakin pesat saat ini, dapat saja produk ataupun yang dihasilkan perusahaan tidak memiliki arti apa-apa jika tidak diimbangi dengan kemampuan untuk memasarkan produk dan jasa tersebut kepada konsumen. Dengan demikian kegiatan pemasaran harus direncanakan terlebih dahulu sebelum melaksanakan kegiatan produksi agar produk yang dihasilkan sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan konsumen.

Pemasar harus menganalisis strategi pemasaran apa yang tepat karena reaksi pembeli terhadap strategi pemasaran perusahaan akan memberikan dampak yang besar terhadap keberhasilan perusahaan. PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru yang berlokasi di Jl. Soekarno Hatta (Arengka 1) RT 04/RW 08 Sidomulyo Timur, Kec. Marpoyan Damai, Pekanbaru merupakan salah satu travel umrah dan haji khusus yang berdiri sejak tahun 2010. Awalnya PT Penjuru Wisata Negeri hanya melayani tour domestik, tour internasional dan menjual tiket pesawat. Namun seiring melejitnya angka jamaah umrah dan haji khusus Indonesia membuat perusahaan ini akhirnya menambah produk jasa ke penyelenggaraan umrah dan haji khusus. Berawal dari itu PT Penjuru Wisata Negeri terus berkembang hingga sekarang menjadi salah satu travel umrah besar dan telah memiliki banyak cabang di beberapa kota Indonesia termasuk di Pekanbaru. Namun seiring dengan berjalannya waktu dikota Pekanbaru muncul beberapa travel umrah baru.

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.

Banyaknya muncul travel umrah baru dikota Pekanbaru tentu saja mendorong manajemen itu PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru untuk lebih meningkatkan kinerjanya agar dapat memenangkan persaingan, salah satu hal terpenting yang harus ditingkatkan adalah strategi pemasaran. Karena strategi pemasaran yang diterapkan dengan maksimal akan dapat menarik minat calon jamaah untuk mendaftar dan berangkat umrah menggunakan jasa PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru.

Namun dijumpai banyak fenomena berdasarkan observasi dilapangan. Masih banyak kalangan masyarakat yang ragu akan travel umrah karena banyak penipuan yang terjadi. Penipuan yang sering terjadi seperti gagal berangkat dan fasilitas yang ditawarkan tidak sesuai dengan yang didapatkan selama di tanah suci. Dari fenomena tersebut maka PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru harus lebih giat lagi mempromosikan perusahaan dan paket-paketnya agar bisa menarik minat calon jamaah dengan menerapkan strategi pemasaran 4p atau yang lebih dikenal dengan bauran pemasaran (*marketing mix*). Meskipun semakin bertambahnya travel umrah dan haji PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru masih menang bersaing dari travel-travel umrah dan haji pesaingnya. Hal ini dapat dilihat dengan sudah hampir penuhnya kuota keberangkatan jamaah untuk umrah musim 2018/2019 atau 1440 H dari bulan Oktober hingga April 2019.

Berdasarkan pada latar belakang itulah penulis mencoba untuk melakukan analisis kinerja dengan melakukan penelitian secara lebih spesifik pada di PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru untuk mengetahui lebih jauh

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.

mengenai strategi pemasaran dan kegiatan pemasaran PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru dalam memasarkan paket ibadah umrah, bagaimana dampak dari pelaksanaan pemasaran terhadap menarik minat calon jamaah serta tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru dalam menarik minat calon jamaah.

Untuk itu pada penelitian ini penulis mengambil judul “**STRATEGI PEMASARAN PAKET IBADAH UMRAH PADA PT PENJURU WISATA NEGERI PEKANBARU DALAM MENARIK MINAT CALON JAMAAH MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**”.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik permasalahan, maka penulis memberikan batasan permasalahan pada “strategi pemasaran PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru dalam menarik minat calon jamaah menurut Ekonomi Islam” .

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru dalam menarik minat calon jamaah?
2. Bagaimana dampak strategi pemasaran yang dilakukan PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru dalam menarik minat calon jamaah?

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. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru dalam menarik minat calon jamaah?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisa strategi pemasaran dalam menarik minat calon jamaah PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru
- b. Untuk mengetahui, mempelajari dan menganalisa dampak strategi pemasaran umrah terhadap minat calon jamaah.
- c. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru dalam menarik minat calon jamaah.

2. Manfaat penelitian

- a. Untuk mengembangkan pengetahuan penulis mengenai pengaruh strategi pemasaran terhadap minat calon jamaah pada PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru dan sebagai bahan referensi dan perbandingan kajian bagi mahasiswa lainnya dalam melakukan penelitian.
- b. Untuk perusahaan diharapkan berguna sebagai bahan masukan dalam menciptakan strategi pemasaran yang lebih efisien.
- c. Untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri 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.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru yang berada di Jalan Soekarno Hatta (Arengka 1), Kecamatan Marpoyan Damai, Pekanbaru.

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama lebih kurang tiga bulan yang dimulai dari tanggal 1 Oktober 2018 sampai dengan tanggal 31 Januari 2019.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan pada PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru. Dalam hal ini orang-orang yang terlibat secara langsung dalam pemasaran perusahaan tersebut.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah strategi dalam menarik minat calon jamaah umrah pada PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan jumlah subjek atau sumber data penelitian. Populasi dengan karakteristik tertentu ada yang

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.

jumlahnya terhingga dan ada yang tidak terhingga.⁷ Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pimpinan dan karyawan PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru yang berjumlah 14 orang.

b. Sampel

Sampel merupakan populasi suatu objek yang dipilih dan ditetapkan sebagai sumber data atau sumber informasi penelitian. Karena jumlah yang tidak terlalu banyak maka penulis mengambil sampel sebanyak 5 orang dengan metode *purposive sampling*.

4. Sumber Data Penelitian

a. Data Primer

Adapun sumber data primer pada penelitian ini diperoleh dari pimpinan dan karyawan PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru.

b. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu berupa konsep maupun teori-teori yang dapat di gunakan untuk menjelaskan permasalahan, dan data yang diambil dari buku yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti.⁸

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam menunjang pembahasan penulisan penelitian ini, maka penulis menggunakan prosedur pengumpulan data sebagai berikut:

⁷Hartono, *Metodologi Penelitian*, (Pekanbaru : Zanafa, 2011), h. 46.

⁸Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi Teori Dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), h. 160.

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.

- a. Observasi, yaitu pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian.⁹
 - b. Wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung terhadap responden.
 - c. Dokumentasi yaitu data yang diperoleh dari referensi-referensi atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.
6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan langkah yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Tujuannya adalah untuk mendapatkan kesimpulan dari hasil penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan persentase.

Sebagaimana yang dikemukakan Suharsimi Arikunto dengan rumus persentasi sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

- P = Persentase
 F = Frekuensi Responden
 N = Jumlah Responden
 100% = Bilangan Tetap

⁹Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 140.

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.

Data yang telah dianalisa berdasarkan masalah diatas, selanjutnya di tafsirkan dengan berpedoman pada batasan standar kategori sebagai berikut:

81% - 100%	: Sangat Baik
61% - 80%	: Baik
41% - 60%	: Cukup Baik
21% - 40%	: Kurang Baik
0% - 20%	: Tidak Baik. ¹⁰

F. Indikator Penelitian

Adapun indikator penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel I.1
Indikator Penelitian

No	Definisi	Indikator
1	Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum.	<ul style="list-style-type: none"> - Price - Product - Promotion - Place
2.	Minat adalah keinginan dan perhatian yang mengandung unsur-unsur suatu dorongan untuk berbuat sesuatu, minat juga dapat diartikan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, dan rasa takut, kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.	<ul style="list-style-type: none"> - Minat transaksional - Minat referensial - Minat preferensial - Minat eksploratif

¹⁰ Suharismi, Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 242



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.

G. Sitematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab dengan perincian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM PT PENJURU WISATA NEGERI PEKANBARU

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran umum PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru yang terdiri dari sejarah, struktur organisasi, serta program-program PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru.

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

Dalam bab ini menjelaskan teori-teori yang berhubungan dengan variabel penelitian yaitu tentang strategi pemasaran dan minat calon jamaah.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang hasil penelitian yaitu bagaimana pengaruh Strategi pemasaran terhadap minat calon jamaah, unsur strategi pemasaran yang paling mempengaruhi minat calon jamaah.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan kemudian penulis memberikan saran yang bermanfaat.