

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan unsur yang sangat penting bagi manusia, karena tanpa transportasi manusia akan mengalami kesulitan melakukan usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga pada era modern ini transportasi menjadi bagian dari kehidupan manusia, dan transportasi ini tidak dapat dipisahkan dengan dunia usaha. Transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ketempat lain<sup>1</sup>. Kemampuan masyarakat berproduksi bertambah luas sehingga mendorong pertukaran barang-barang dan pemanfaatan sumber daya alam juga semakin efektif, maka semakin meningkatnya standar hidup penduduk pada umumnya. Sering dengan meningkatnya standar hidup masyarakat makin meningkat pula permintaan masyarakat terhadap transportasi.<sup>2</sup>

Dalam era modern ini transportasi yang cepat dan efisien adalah suatu keharusan, karena dengan transportasi kita mampu memenuhi kebutuhan hidup, dan sangat membantu kita dalam mengembangkan usaha.<sup>3</sup> Dengan cara pembelian *Tiket Online* (pemesanan tiket pesawat) dari cara konvensional menjadi lebih modern atau yang sering disebut *booking online*. Sekarang ini memesan tiket dapat dilakukan melalui komputer yang tersambung dengan

<sup>1</sup> Abbas salim, *Manajemen transportasi*, (Jakarta, PT.RajaGrafindo Persada, 2008) h.6-7.

<sup>2</sup> Rahardjo Adisasmita, *Dasar-dasar Ekonomi Transportasi*, (yogyakarta,Graha Ilmu, 2010), Edisi Ke-1, Cet. Ke-1, h.37.

<sup>3</sup> Ibid, hlm. Rahardjo Adisasmita, *Dasar-dasar Ekonomi Transportasi*, (yogyakarta,Graha Ilmu, 2010), Edisi Ke-1, Cet. Ke-1,h.37.

internet di Indonesia pelayanan tersebut diperkenalkan oleh *National Carrier* Garuda Indonesia, *Lion Air*, *Citilink*, *Expres Air* dan lain – lain. Hal ini berarti para maskapai penerbangan dapat berhubungan langsung dengan konsumen yang tentu saja akan memberikan dampak ekonomis yang signifikan.<sup>4</sup>

Bisnis didunia usaha Pada awal penerapan pembelian tiket secara *online* sekitar tahun 1998 hanya mencapai 1% lalu, Pada tahun 1999 naik menjadi 2% dari tahun ketahun semakin meningkat. Peningkatan pembelian tiket secara online ini disebabkan adanya kemudahan bagi konsumen. Sesuai dengan perkembangnya *booking online* tiket ini disebut juga dengan *E-Ticketing (Elektronik Ticketing)*. *E-Ticketing* itu adalah suatu cara untuk mendokumentasikan proses penjualan dari aktivitas perjalanan penumpang tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga secara fisik atau pun *paper* tiket.<sup>5</sup>

Semua informasi mengenai *Elektronik Ticketing* disimpan secara digital dalam sistem komputer milik *Airline*. Sebagai bukti pengeluaran *E-Ticket*, konsumen akan diberikan *Itinerary Receipt* yang hanya berlaku sebagai kode untuk masuk kedalam Bandara yang masih mengharuskan penumpang untuk membawa tanda bukti perjalanan. *E-Ticketing* (ET) adalah peluang untuk meminimalkan biaya dan mengoptimalkan kenyamanan penumpang. *E-Ticketing* mengurangi biaya proses tiket, menghilangkan

<sup>3</sup> URL: [Http://www.agussaputra.com](http://www.agussaputra.com),, pekanbaru, 27 Januari 2016

<sup>5</sup> Ibid, URL: [Http://www.agussaputra.com](http://www.agussaputra.com), Pekanbaru, 27 januari 2016

#### 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 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.

formulir kertas dan meningkatkan *fleksibilitas* penumpang dan *travel agen* dan membuat perubahan-perubahan dalam jadwal penerbangan.<sup>6</sup>

Sederhananya *E-Ticket* merupakan bentuk pelayanan jasa penerbangan dalam melayani calon penumpang untuk menggunakan pesawatnya dalam berpergian dengan cara tepat dan akurat. Selain sederhana tiketnya. Bentuk tiket biasa (*Paper Ticket*) seperti kupon dengan jumlah halaman lebih kurang 4 s/d 6 halaman tergantung kondisi tujuan penumpang yang menggunakan jasa penerbangan, semakin sering *transit* dan *check in* maka semakin banyak halamannya. Untuk *E-Ticket* bentuk tiket hanya selembar kertas yang tertera secara lengkap mulai jadwal penerbangan, tujuan, tanggal, nama, serta aturan lainnya.<sup>7</sup>

Sistem *E-Ticketing* sangat memudahkan orang membeli tiket untuk berbagai acara. Tiket dapat dibeli dengan cara uang tunai, kartu *debit*, kartu *kredit* dan *via transfer* antar bank *online*. Dengan *akses internet* konsumen dapat memesan tiket melalui *internet* dimana pun mereka berada. Adanya kemajuan perkembangan jangkauan *internet* sekarang ini sangat memudahkan konsumen untuk melakukan pemesanan tiket sendiri. Faktor ini terjadi ditunjang karena kemajuan aplikasi pada *gadget* masyarakat.<sup>8</sup>

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk-produk yang diproduksi baik berupa barang maupun jasa mursid

<sup>6</sup> *Ibid*, URL: [Http://www.agussaputra.com](http://www.agussaputra.com)

<sup>7</sup> Ibu Popi Patrisia (Pimpinan *Sist Fast Tour and Travel*), *Wawancara*, Pekanbaru, 28 Januari 2016

<sup>8</sup> *Ibid*, Ibu Popi Patrisia (Pimpinan *Sist Fast Tour and Travel*), *Wawancara*, Pekanbaru, 28 Januari 2016

## 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.

mengemukakan bahwa promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, memaksa, mendesak, membujuk dan meyakinkan. Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi pada konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan terhadap mereka dan kemudian menjadi senang lalu membeli produk tersebut, Bagi konsumen keuntungan yang didapat dari promosi adalah konsumen dapat mengatur keuangannya lebih baik, misalnya konsumen yang membaca iklan dapat memilih produk-produk yang lebih murah dibandingkan dengan produk sejenis lain yang ditawarkan. Sebagai kerugiannya, konsumen dibujuk untuk membeli barang yang kadang-kadang yang belum dibutuhkan, sedangkan keuntungan bagi produsen adalah promosi dapat menghindari persaingan berdasarkan harga, selain itu promosi juga dapat menimbulkan *goodwill* terhadap merek.<sup>9</sup>

Canggihnya aplikasi *gadget* sekarang ini banyak menawarkan aplikasi *Web Tiket Online* seperti *Traveloka*, *Pegi-pegicom*, dan lain-lain. Munculnya aplikasi ini memudahkan konsumen mendapatkan informasi harga tiket pesawat setiap waktu. Konsumen tidak perlu keluar rumah untuk mengecek harga tiket pesawat, bahkan bagi yang mengerti bisa melakukan *Booking Online* tiket sendiri.<sup>10</sup>

Persaingan bisnis *Web Online* tiket juga mempengaruhi perkembangan kemajuan penjualan tiket pada *Sist Fast Tour and Travel* (PT.Ripirsi Lukman

<sup>9</sup> Gitosudarmo, Indriyo. H. M. Com (hons) *Manajemen Pemasaran*. Cetakan keenam (Yogyakarta:BPFE,2000), Hh.87.

<sup>10</sup> *Op. cit*, Ibu Popi Patrisia (Pimpinan *Sist Fast Tour and Travel*), Wawancara, Pekanbaru, 28 Januari 2016



## 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.

Falimintravela). Bagi konsumen yang bisa mengecek sendiri harga tiket pesawat di *Web Online* seperti *Traveloka* jadi membandingkan-bandingkan harga dengan *Sist Fast tour and travel*. Perbedaan harga antara *Web Online* tiket dengan *Travel Agen* tidak jauh berbeda. *Web Online* tiket tidak menjual tiket pesawat akan tetapi bertujuan mengarahkan pada harga tiket pesawat terendah dan paling murah tanpa memikirkan *Efisiensi* waktu pada saat *Transit*.<sup>11</sup>

Perkembangan *Web Online* ini cukup pesat, *Web Online* tiket pesawat muncul sekitar tahun 2012. *Web Online* yang berkembang pada saat ini *Traveloka*. Persentase pengunjung *web* nya 2-5% perhari untuk saat ini memiliki rata-rata pengunjung *web* nya berada diperkisaran 20.000/hari (data *alexa.com*). Seiring dengan kemajuan *Traffic Website Tiket Online* maskapai-maskapai mulai bekerja sama dengan penawaran pencapaian target. Keqquntungan *Website Online* bisa mencapai omset milyaran rupiah perbulan.<sup>12</sup>

Tantangan tersendiri bagi *Website Online* tiket terletak pada harga tiket pesawat yang terjadi antara satu hari kehari yang lain artinya adanya perubahan harga dari setiap waktunya bisa jadi lebih mahal atau lebih murah. *Website Online* tiket memiliki sistem setiap pengunjung yang sudah setuju untu membeli akan diberikan waktu untuk transaksi pembayaran. Waktu mengirim pembayaran dengan hitungan menit.<sup>13</sup>

<sup>11</sup> *Ibid*, Ibu Popi Patrisia (Pimpinan *Sist Fast Tour and Travel*), Wawancara, Pekanbaru, 28 Januari 2016

<sup>12</sup> [Swa.co.id/hradline/fery-unardi-dari-titik-nol](http://Swa.co.id/hradline/fery-unardi-dari-titik-nol), Pekanbaru, 29 Januari 2016

<sup>13</sup> Akhmad Dharma Khasman, *Aplikasi Pemesanan tiket online berbasis web dan android*, (2005), Pekanbaru, 29 Januari 2016

## 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.

Waktu yang diberikan untuk menyelesaikan pembayaran pada maskapai maksimal 2 jam. Dengan waktu ini konsumen bisa melakukan pembayaran sendiri melalui *E-Banking, Mobile Banking, SMS (Short Massange Serivice) Banking, Via Transfer ATM (Automated Teller Machine)* dan lain-lain. Pengunjung membayar tiketnya dengan sistem *paypal*, Merupakan sistem pembayaran *online* populer didunia dan hampir semua *website* jual beli *Online* mencantumkan logo *paypal*. *Paypal* adalah layanan jasa Keuangan untuk bertransaksi didunia maya yang memiliki banyak keuntungan bagi penggunaanya, dan juga merupakan pilihan yang tepat untuk mengirim dan menerima pembayaran *Online* tanpa harus mengungkapkan informasi keuangan pribadi. Keunggulan *paypal* ini aman berbelanja *Online* metode *transfer* uang dengan cepat dan mudah dapat diterima seluruh dunia.<sup>14</sup>

Studi dilakukan pada (PT. Ripirsi Lukman Familintravel) *Sist Fast Tour dan Travel* yang berlokasi di Jl. HR. Soebrantas KM 12 Komplek *Metropolitan City* Lantai II Blok C 20 Panam Pekanbaru merupakan salah satu perusahaan *travel agen* yang telah lama berdiri dan memiliki banyak pelanggan. Untuk pelayanan jasa dan persaingan harga tiket pesawat cukup bersaing dengan *website online* tiket. Akan tetapi dengan kemajuan *Website Tiket online* yang semakin maju dan pesat berdampak pada pendapatan penjualan tiket. Semakin hari konsumen lebih memilih melakukan pemesanan tiket sendiri<sup>15</sup>.

<sup>14</sup> Feri Sulianto, *Cara Praktis Transaksi Online Dengan Paypal*, (2012), h.3.

<sup>15</sup> Ibu Popi Patrisia (Pimpinan *Sist Fast Tour and Tarvel*), *Wawancara*, pekanbaru, 28 januari 2016

## 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.

Berkaitan dengan pentingnya masalah penjualan, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan *Sist Fast Tour and Travel* (PT. Ripirsi Lukman Familintravela), yakni sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa, dimana dalam upaya untuk mengantisipasi persaingan yang semakin pesat dengan *Web Tiket Online* lainnya, serta untuk meningkatkan penjualan tiket *Online*, maka perusahaan perlu melakukan evaluasi mengenai pengaruh penjualan *Tiket Online* terhadap pendapatan pada *Sist Fast Tour and Travel*. Untuk lebih jelasnya berikut ini akan disajikan data tingkat perkembangan penjualan *Tiket Online* pada *Sist Fast Tour and Travel* (PT. Ripirsi Lukman Familintravela) Tahun 2014 dan 2015 yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini.

**Tabel. 1.1**  
**Laporan Penjualan *Tiket Online* Pada *Sist Fast Tour and Travel* (PT. Ripirsi Lukman Familintravela) Tahun 2014**

NO	BULAN	Penjualan	Pengeluaran
1	JANUARI	Rp 10.500.000	Rp 2.800.000
2	FEBRUARI	Rp 8.500.000	Rp 2.800.000
3	MARET	Rp 9.800.000	Rp 2.800.000
4	APRIL	Rp 9.900.000	Rp 3.000.000
5	MEI	Rp 10.000.000	Rp 2.800.000
6	JUNI	Rp 10.000.000	Rp 2.800.000
7	JULI	Rp 11.000.000	Rp 2.800.000
8	AGUSTUS	Rp 10.700.000	Rp 2.800.000
9	SEPTEMBER	Rp 9.700.000	Rp 2.800.000
10	OKTOBER	Rp 7.500.000	Rp 2.800.000
11	NOVEMBER	Rp 8.100.000	Rp 2.800.000
12	DESEMBER	Rp 10.120.000	Rp 2.800.000
<b>TOTAL</b>		<b>Rp 115.820.000</b>	<b>Rp 33.800.000</b>
<b>LABA BERSIH</b>		<b>Rp 82.020.000</b>	

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.

**Tabel. 1.2**  
**Laporan Penjualan Tiket Online Pada Sist Fast Tour and Travel**  
**(PT. Ripirsi Lukman Familintravela) Copy Paste Hlm 7**  
**TAHUN 2015**

NO	BULAN	Penjualan	Pengeluaran
1	JANUARI	Rp 8.002.000	Rp 3.000.000
2	FEBRUARI	Rp 7.500.000	Rp 2.800.000
3	MARET	Rp 6.500.000	Rp 2.800.000
4	APRIL	Rp 6.300.000	Rp 2.800.000
5	MEI	Rp 7.300.000	Rp 3.000.000
6	JUNI	Rp 7.005.000	Rp2.800.000
7	JULI	Rp 7.0850.000	Rp 2.800.000
8	AGUSTUS	Rp 8.500.000	Rp 2.800.000
9	SEPTEMBER	Rp 6.100.000	Rp 2.800.000
10	OKTOBER	Rp 5.800.000	Rp 2.800.000
11	NOVEMBER	Rp 5.900.000	Rp 2.800.000
12	DESEMBER	Rp 6.050.000	Rp 2.800.000
<b>TOTAL</b>		<b>Rp 82.857.000</b>	<b>Rp 34.000.000</b>
<b>LABA BERSIH</b>		<b>Rp 48.857.000</b>	

Sumber: (PT. Ripirsi Lukman FamilinTravela)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa terjadinya penurunan pendapat (omset) penjualan *Tiket Online* yang sangat tidak *Signifikan* yang mengakibatkan rendahnya hasil yang didapatkan hal ini disebabkan karena ada beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya hal tersebut, ini dikarenakan karna adanya bermunculan beberapa *Aplikasi* di *Gadget* yang dimiliki oleh beberapa kalangan, membuat orang lebih cenderung menggunakannya, sementara dalam hal ini aplikasi yang mereka miliki itu bukan tentang jual beli tiket *online*, namun hanya mengarahkan masyarakat bagaimana tata cara *membooking* tiket pesawat secara *online*.

Sebagaimana yang kita ketahui bahwa travel agen ini juga telah melakukan berbagai promosi dengan cara membagikan broser kepada masyarakat setempat, telah melakukan promosi di beberapa sosial media seperti *Via Telfon, Bbm, Facebook, Whatsapp*. Cara Penjualan yang dilakukan



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.

adalah konsumen bisa datang langsung ke kantor untuk melakukan pemesanan tiket pesawat atau bisa melakukan dengan *Via telfon, Bbm, Facebook*, atau sosial media lainnya. Dan penjualan yang didapat oleh travel agen ini juga rendah.

Berdasarkan hal ini maka penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam dan menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul: **”Pengaruh Promosi Terhadap Penjualan Tiket Online Pada Sist Fast Tour And Travel (PT. Ripirsi Lukman FamilinTravela) di Pekanbaru Ditinjau Dari Prespektif Ekonomi Islam“**.

## B. Batasan Masalah

Agar penelitian hal ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipermasalahkan maka penulis membatasi permasalahan peneliti ini pada “Pengaruh Promosi Terhadap Penjualan Tiket Online Pada Sist Fast Tour and Travel (PT. Ripirsi Lukman FamilinTravela) di Pekanbaru Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam”.

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka menjadi rumusan masalah dalam peneliti ini sebagai berikut:

1. Sejauhmana pengaruh yang promosi terhadap penjualan *tiket Online pada Sist Fast Tour and Travel* (PT. Ripirsi Lukman Familintravela) Pekanbaru?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap promosi penjualan *tiket online* bagi *Sist Fast Tour and Travel* (PT. Ripirsi Lukman Familin Treavela)?

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.

## D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh promosi terdapat penjualan *Tiket Online* pada *Sist Fast Tour and Travel* (PT. Ripirsi Lumkan FamilinTravela).
- b. Untuk mengetahui Bagaimana Tinjauan Ekonomi Islam terhadap promosi penjualan *Tiket Online* pada *Sist Fast Tour and Travel* (PT. Ripirsi Lumkan FamilinTravela).

### 2. Kegunaan Penelitian

- a. Sebagai bahan informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan referensi tentang pengaruh promosi terhadap penjualan *Tiket Online* pada *Sist Fast Tour and Travel* (Ripirsi Lumkan FamilinTravela) ditinjau dari perspektif ekonomi islam.
- b. Sebagai salah satu persyaratan guna penyelesaian studi pada Fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan Ekonomi Islam.

## E. Kerangka Teoritis (Pengertian)

### 1. Pengertian Promosi

Promosi merupakan usaha untuk mempengaruhi konsumen dan pihak lain melalui aktivitas-aktivitas jangka pendek. Media Sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (internet)<sup>16</sup>.

<sup>16</sup> Ward Hanson, *Pemasaran Internet*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 7.

**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. Pengertian Tingkat Penjualan

Volume (Tingkat) penjualan menurut Assegaf Abdullah adalah “jumlah unit yang terjual dari unit produksi yang terjadi suatu pemindahan dari pihak produksi ke pihak konsumen, dan tetap pada suatu periode tertentu”.

Sedangkan menurut kamus istilah ekonomi, Tingkat penjualan adalah: “ Jumlah penjualan yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dalam suatu jangka waktu tertentu”. Jadi dapat disimpulkan Tingkat penjualan adalah suatu kegiatan perusahaan untuk melakukan penjualan suatu barang yang berorientasi pada jumlah, waktu barang yang akan dihasilkan.

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. Defenisi Operasional Variabel

**Tabel I.3**  
**Defenisi Variabel Dan Indikator**

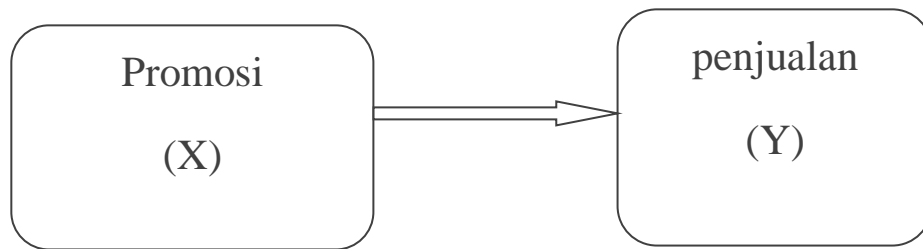
Variabel	Defenisi	Indikator	Skala likert
Variabel Terikat: Penjualan (Y)	penjualan adalah suatu kegiatan perusahaan untuk melakukan penjualan suatu barang/jasa yang berorientasi pada jumlah, waktu barang/jasa yang akan dihasilkan.	1. Harga 2. Promosi 3. Produk	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Kurang Setuju = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak setuju = 1
Variabel bebas: 2. Promosi (X)	Promosi merupakan usaha untuk mempengaruhi konsumen dan pihak lain melalui aktivitas-aktivitas jangka pendek adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (internet).	1. Tujuan Promosi 2. Menginformasikan 3. Mempengaruhi 4. dan membujuk pelanggan 5. mengingatkan	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Kurang Setuju = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak setuju = 1

## G. Hipotesa Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan landasan analisa teori di atas dapat disusun suatu hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari permasalahan penelitian dan masih harus diuji kebenarannya melalui riset<sup>17</sup>, yaitu Ha: terdapat pengaruh promosi terhadap penjualan *tiket Online Agen travel Sist Fast Tour and Tavel* (PT. Ripirsi Lukman FamilinTreavela).

<sup>17</sup> Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006), Ed. 1, h. 53.





## H. Metode Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan, pada *Sist Fast Tour and Travel* PT.Ripirsi Lukman FamilinTravela cabang pekanbaru yang beralamat Jl. HR. Soebrantas KM 12 Komplek *Metropolitan City* Lantai II Blok C 20 Panam Pekanbaru Riau. Penelitian ini dilaksanakan secara langsung pada *Sist Fast Tour and Travel* (PT.Ripirsi Lukman FamilinTravela) Pekanbaru.

### 2. Sumber Data

- a. Sumber Data Primer yaitu adapun sumber data primer dalam penelitian ini ada lah pimpinan, karyawan dan konsumen di Agen *Sist Fast Tour And Travel* (PT. Ripirsi Lukman FamilinTravela) Cabang Pekanbaru
- b. Sumber Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumentasi, buku, dan dari hasil penelitian terdahulu yang menyangkut dalam penelitian ini.

### 3. Populasi dan Sampel

Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pimpinan, karyawan pada Agen *Sist Fast Tour and Travel*

## 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.

(PT. Ripirsi Lukman Familintervela) kantor cabang Pekanbaru ini yang berjumlah 3 orang karyawan. Adapun konsumen tidak diketahui dengan pasti jumlahnya.

Sampel adalah pengambilan subjek penelitian dengan cara menggunakan sebagian dari populasi yang ada. Karena jumlah konsumen tidak diketahui jumlahnya dengan pasti maka peneliti mengambil sampel yang terdiri dari 35 orang yang merupakan konsumen Agen *Sist Fast Tour And Travel* (PT. Ripirsi Lukman FamilinTravela) dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*, yaitu dikarenakan memilih sampel yang mudah dijumpai.<sup>18</sup>

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

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

- a. Observasi yaitu melakukan pengamatan dengan menggunakan indera pelihatan yang berarti tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan.<sup>19</sup> Pengumpulan data dengan mengamati langsung dan ditinjau secara langsung pada objek yang diteliti. Tujuannya adalah untuk mengetahui keadaan yang sesungguhnya dilapangan. Dalam hal ini penulis mengamati langsung kelapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata pelaksanaan pejualan tiket pada (PT. Ripirsi Lukman Familintravela) *Sist Fast Tour and Travel* Kantor Cabang Pekanbaru.

<sup>18</sup> *Ibid*, muhammad, h.174.

<sup>19</sup> Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2008), h.69.

#### 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.

- b. Wawancara (*interview*), yaitu interaksi bahasa yang berlangsung antara dua orang dalam situasi saling berharapan salah seorang yaitu yang melakukan wawancara meminta informasi atau ungkapan kepada orang yang diteliti yang berputar disekitar pendapat dan keyakinannya.<sup>20</sup> Untuk wawancara ini penulis mengadakan tanya jawab secara langsung kepada karyawan berdasarkan daftar pertanyaan yang dibuat.
- c. *Kuesioner*, yaitu cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan (angket).
- d. Dokumentasi yaitu pengumpulan data tertulis yang mengandung keterangan dan penjas serta pemikiran tetang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah yang diteliti.<sup>21</sup>
- e. Studi pustaka yaitu penulis menelaah buku-buku yang berkaitan dengan persoalanyang diteliti.

### 5. Teknik dan Analisa Data

Data yang didapat dari penelitian bersifat kualitatif, maka data yang bersifat kualitatif itu diberikan skala sehingga menjadi data yang bersifat kuantitatif. Skala yang digunakan adalah skala *ordinal*, untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan Skala *ordinal*, maka variabel yang akan

<sup>20</sup> Emzir, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo persada, 2010), h.52.

<sup>21</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo,2008), h.152.

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.

diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Dimana setiap pertanyaan akan diberikan skor numerik berkisar antara 1-5, sebagai berikut :<sup>22</sup>

- a) Sangat setuju, diberi nilai 5
- b) Setuju, diberi nilai 4
- c) Cukup Setuju, diberi nilai 3
- d) Tidak setuju, diberi nilai 2
- e) Sangat Tidak setuju, diberi nilai 1

Selanjutnya dalam melakukan analisa hasil penelitian yakni untuk mengkuantitatifkan data kualitatif maka digunakan analisis data kuantitatif sebagaimana berikut ini:

### 1. Uji Prasyarat

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuesioner yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Daya diskriminasi yang digunakan pada uji validitas sebesar 0,30. Sehingga sebuah item valid apabila nilai koefisien korelasi  $r$  hitung  $\geq r$  tabel<sup>23</sup>. Adapun rumus yang dipakai yaitu *korelasi pearson product moment* :

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \cdot \sum y^2}}$$

Keterangan :

$r$  = koefisien korelasi

<sup>22</sup> Yulis Lestari, "Pengaruh Marketing MIX-7P Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Mitra Permata Pada AJB Bumi Putera 1912 Kantor Cabang Bangkinang", *Out Line Proposal Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi*, (Bangkinang: 2013), h. 37-38.

<sup>23</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), Ed. Ke-2, Cet. ke-3, h. 235.



## 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.

$x$  = deviasi rata-rata variabel X ( $X - \bar{X}$ )

$y$  = deviasi rata-rata variabel Y ( $Y - \bar{Y}$ )

## b. Uji Reliabilitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *cronbach's alpha*. Batasan nilai dalam uji adalah 0,6<sup>24</sup>. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik. Nilai reliabilitas dalam uji ini dapat dilihat pada kolom *Reliability statistics (Cronbach's Alpha)* yang diolah dengan program SPSS.

## c. Uji Normalitas Data

Sebelum dilakukan analisis statistik, maka kenormalan data harus diuji terlebih dahulu. Bila data tidak normal, maka statistik parametris tidak dapat digunakan. Uji normalitas data dapat dilihat dari kurva histogram, apabila kurva berbentuk simetris atau lonceng maka data tersebut normal.

## 2. Uji Hipotesis

## a. Analisis Regresi

Analisi Regresi sebagai kajian terhadap hubungan satu variable yang disebut sebagai variable yang diterangkan (*the explained variable*) dengan satu atau dua variabel yang menerangkan (*the explanatory*). Selanjutnya variabel yang pertama disebut sebagai variabel terikat (*dependent*) dan variabel kedua disebut juga sebagai variabel bebas

<sup>24</sup> *Ibid*,<sup>24</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), Ed. Ke-2, Cet. ke-3 h.172.

## 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.

(*independent*)<sup>25</sup>. Analisis regresi dapat dihitung dengan cara komputer dengan program SPSS dan ada juga dengan menggunakan cara manual dengan persamaan:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Penjualan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Promosi

b. Uji t

Uji t adalah mengukur pengaruh variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat. Hal ini dapat dilakukan dengan membandingkan hasil t hitung pada hasil SPSS dengan t table atau dengan membandingkan nilai signifikansi t dengan  $\alpha$ . Jika t hitung  $\geq$  t table pada taraf  $\alpha = 0,05$  atau signifikan  $< \alpha$ , maka variabel bebas berpengaruh nyata (signifikan)  $H_0$  diterima dan sebaliknya.

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengukur kontribusi variable X terhadap variable Y digunakan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Nilai  $R^2$  ini mempunyai range antara 0 sampai  $\leq (0 \leq R^2 \leq 1)$ . Semakin besar nilai  $R^2$  (mendekati satu) semakin baik hasil regresi tersebut, dan semakin mendekati nol maka variabel keseluruhan tidak bisa menjelaskan variabel terikat.

<sup>25</sup> Agung Edy Wibowo, *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Gava Media, 2012), Cet. Ke-1, Hlm. 115

Untuk membantu dalam pengolahan data pembahasan dalam penulisan ini, digunakan komputersasi melalui program *Statistical Packaget And Service Solution* (SPSS) versi 20,00.

## 6. Metode Penulisan

- a. Deduktif, yaitu pengumpulan fakta- fakta umum kemudian dianalisa dan diuraikan secara khusus.
- b. Induktif, yaitu mengumpulkan fakta- fakta khusus kemudian dianalisa dan diuraikan secara umum.
- c. Deskriptif,yaitu mengungkapkan uraian atas fakta yang diambil dari lokasi penelitian.

### 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.