



UIN SUSKA RIAU

**STRATEGI PROMOSI PAKET IBADAH UMROH DALAM
UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH PADA
PT. PENJURU WISATA NEGERI PEKANBARU
DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

**EKA SUSILAWATI
NIM. 11625204232**

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU-PEKANBARU
1441 H/2020 M**

- 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 milik UIN Suska R

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

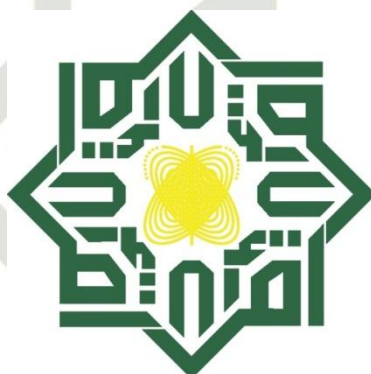


UIN SUSKA RIAU

**STRATEGI PROMOSI PAKET IBADAH UMROH DALAM
UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH PADA
PT. PENJURU WISATA NEGERI PEKANBARU
DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Sebagai Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E)*



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

**EKA SUSILAWATI
NIM. 11625204232**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU-PEKANBARU
1441 H/2020 M**

- 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

PERSETUJUAN

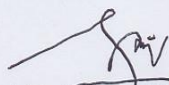
Skripsi dengan judul "*STRATEGI PROMOSI PAKET IBADAH UMROH DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH UMROH PADA PT. PENJURU WISATA NEGERI PEKANBARU DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM*" yang ditulis oleh:

Nama : Eka Susilawati
Nim : 11625204232
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah
Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 27 Juli 2020

Pembimbing Skripsi



Afrizal Ahmad M. Sy
NIK, 130 217 085

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.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah pada PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru di Tinjau dari Ekonomi Islam” yang ditulis oleh:

Nama : Eka susilawati
NIM : 11625204232
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

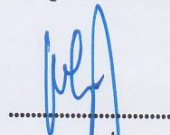
Hari / Tanggal : Senin, 10 Agustus 2020
Waktu : 13.00 WIB s/d Selesai
Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

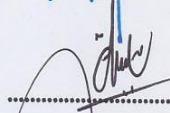
Pekanbaru, 10 Agustus 2020

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Wahidin, M.Ag



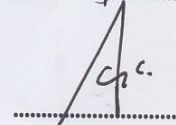
Sekretaris
Nuryanti, S.El. ME.Sy



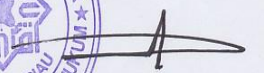
Penguji I
Dr. H. Suhayib, M.A



Penguji II
Dr. Amrul Muzan, MA



Mengetahui :
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. H. Hajar, M.Ag
NIP. 19580712 1986031 005

PENGESAHAN

ABSTRAK

Eka susilawati, 2020 : Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah pada PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru di Tinjau dari Ekonomi Islam.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya travel umroh yang bermunculan dan membuat persaingan antar travel semakin ketat, pihak perusahaan harus membuat strategi untuk menarik minat masyarakat sebanyak-banyaknya untuk meningkatkan jumlah jamaah. Salah satu travel perjalanan umroh yaitu PT. Penjuru Wisata Negeri melakukan promosi untuk menarik minat calon jamaah, strategi promosi dirancang dengan menggunakan bauran promosi. Metode yang digunakan dalam penelitian dilihat dari jenis penelitian yaitu tergolong kedalam jenis penelitian Deskriptif Kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara langsung, dan dokumentasi yang kemudian dijadikan sumber data yang dianggap penting untuk dipelajari dan dianalisis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kegiatan bauran promosi yang dilakukan PT.Penjuru Wisata Negeri berupa, periklanan, penjualan perorangan atau personal selling, hubungan masyarakat dan publisitas, promosi penjualan, dan penjualan langsung. Mampu meningkatkan Jumlah jamaah pada PT. Penjuru Wisata Negeri setiap tahunnya, terlihat dari data jumlah jamaah tahun 2016-2018. Peningkatan jamaah terus mengalami peningkatan karena PT. Penjuru Wisata Negeri semakin mengembangkan dan gencar dalam mempromosikan PT. Penjuru Wisata Negeri. yang paling berpengaruh besar terhadap peningkatan jumlah jamaah yaitu melalui kerjasama dengan dukungan para ustadz untuk memberikan informasi atau ajakan kepada jamaahnya untuk menggunakan jasa layanan umroh pada PT.Penjuru Wisata Negeri.

dan PT. Penjuru Wisata Negeri melakukan bauran promosi sudah sesuai dengan prinsip islam karena PT. Penjuru Wisata Negeri saat melakukan kegiatan promosi selalu mengedepankan adab dan etika. Dalam mempromosikan paket ibadah umroh PT. Penjuru Wisata Negeri selalu jujur, tidak pernah mengobral sumpah dalam beriklan atau berpromosi. PT. Penjuru Wisata Negeri selalu Menjaga dan memenuhi akad dan janji serta kesepakatan kedua belah pihak, tidak pernah berpromosi palsu yang bertujuan menarik perhatian.

Kata kunci: Strategi promosi, Upaya Meningkatkan jumlah 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.

KATA PENGANTAR



Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penyusunan skripsi yang berjudul **Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru Ditinjau Dari Ekonomi Islam**” dapat diselesaikan dengan baik.

Sholawat dan salam penulis haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, merupakan manusia yang luar biasa dan Allah SWT menjadikannya sebagai suri tauladan bagi umatnya.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, motivasi, do`a dan kerja sama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan kepada:

1. Ayahanda Disok tercinta dan Ibunda Rabanang tercinta, terimakasih banyak atas do`a dan segala pengorbanan yang ayah dan bunda berikan sehingga ananda dapat menyelesaikan studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan tak lupa pula kepada Kakakku Anti, Mulyati, suriyanti, Sukmawati, Abang Iparku Ruslan, Ridwan, Raswin dan Syahputra. Keponakanku Neti Rahmawati, Aidil, Sapril, Reza, Rifki, Riski, Dzaky, Adzka, dan Aila dan cucuku Gibran Syakir Al-fatih yang turut mensupport dan memberikan kontribusi baik dalam bentuk material maupun immaterial.



- 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. Bapak Prof. Dr. Akhmad Mujahidin, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
3. Bapak Dr. H. Hajar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta Wakil Dekan I, Wakil Dekan II dan Wakil Dekan III.
4. Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag., M.Sy selaku ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah dan bapak Syamsurizal, SE,M.Sc.Ak selaku sekretaris Jurusan Ekonomi Syari'ah .
5. Bapak Afrizal Ahmad, M.Sy selaku dosen pembimbing yang telah sabar mengoreksi dan selalu memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi Serta selaku dosen mata kuliah metodologi penelitian yang telah membantu memberikan saran dan masukan demi terselesaikannya penelitian ini.
6. Ibu Nurhasanah SE.MM selaku Penasehat Akademis yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Bapak Rahmad Ramadhan, Eko Wahyudi serta staf PT. Penjuru Wisata Negeri atas partisipasinya dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Pimpinan perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Terimakasih kepada Muhammad Ali yang selalu memberi semangat sampai tahap ini, Edwie Yurita Syahara, yuni Rachmawati, Nur Hasanah Hrp, Lela sari yang telah menemani penulis suka maupun duka

- 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.

10. Seluruh teman-teman Jurusan Ekonomi Syari'ah angkatan 2016, khususnya lokal EI-E seperjuangan.

11. Semua pihak yang telah membantu atas terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu dengan kerendahan hati penulis menerima segala saran dan kritik dari semua pihak supaya menjadi lebih baik lagi. Akhir kata, penulis berharap semoga hasil pemikiran yang tertuang dalam skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi pemerintah, Kepolisian, dan pembaca. Amiin.

Pekanbaru, 27 Juli 2020
Penulis,

EKA SUSILAWATI
NIM. 11625204232

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan masalah	12
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
E. Metode Penelitian	14
F. Sistematika Penulisan	17
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah PT. Penjuru Wisata Negeri	19
B. Profil PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru	21
C. Landasan Hukum Perusahaan	22
D. Visi dan Misi PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru	22
E. Struktur Organisasi PT Penjuru Wisata Negeri Pekanba	23
F. Persyaratan Umrah	25
G. Haji Khusus	27
H. Tiket Domestik & Internasional	30
I. Paket umroh PT. Penjuru Wisata Negeri	31
J. Fasilitas yang diberikan PT. Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru	33
K. Keunggulan PT. Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru	33
BAB III LANDASAN TEORI	
A. Pengertian dan konsep bauran strategi	35
B. fungsi dan tujuan strategi promosi	35

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.

C. Bauran promosi	37
D. Tahap-tahap mengembangkan bauran promosi	44
E. Pengertian umroh	46
F. Promosi Dalam Islam	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah Umroh Pada PT. Penjuru Wisata Negeri	58
B. Tinjauan Ekonomi Islam Mengenai Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah Umroh Pada PT. Penjuru Wisata Negeri	70

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	76
B. Saran	77

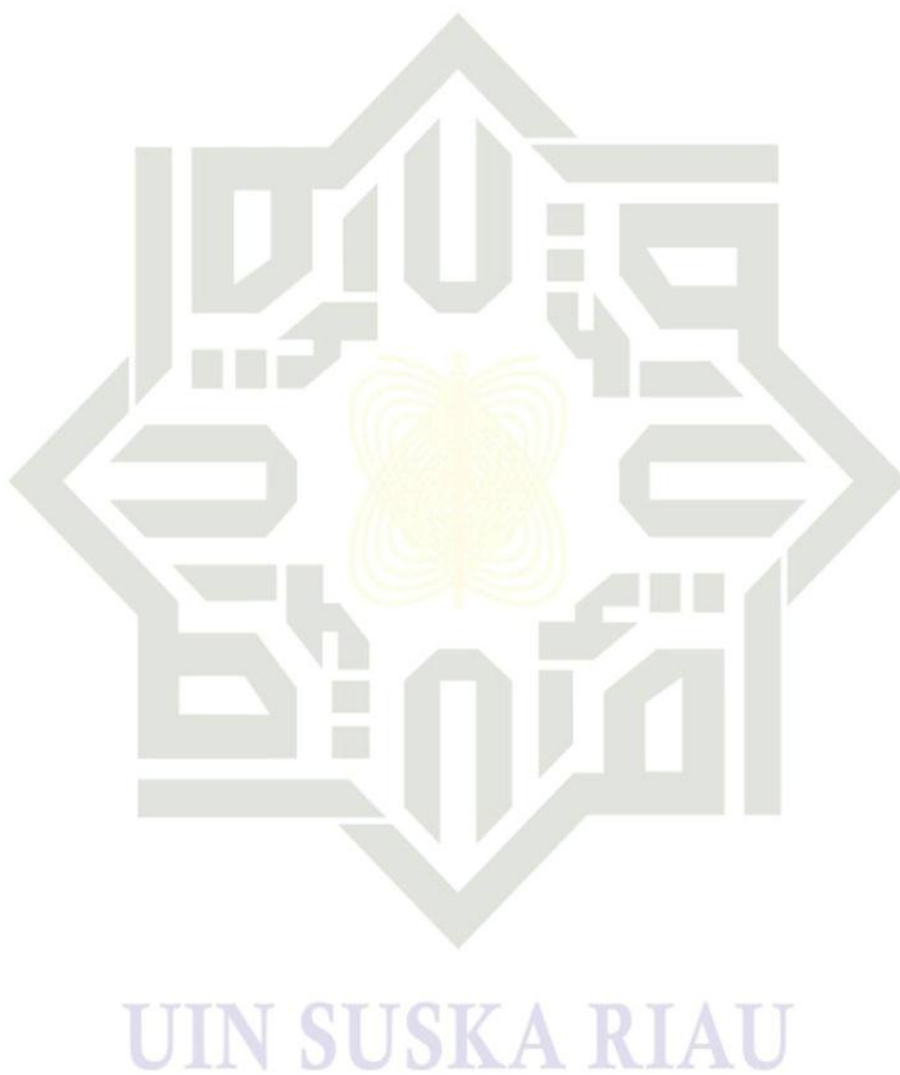
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

- Hak Cipta dan Hak Milik**
- 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.

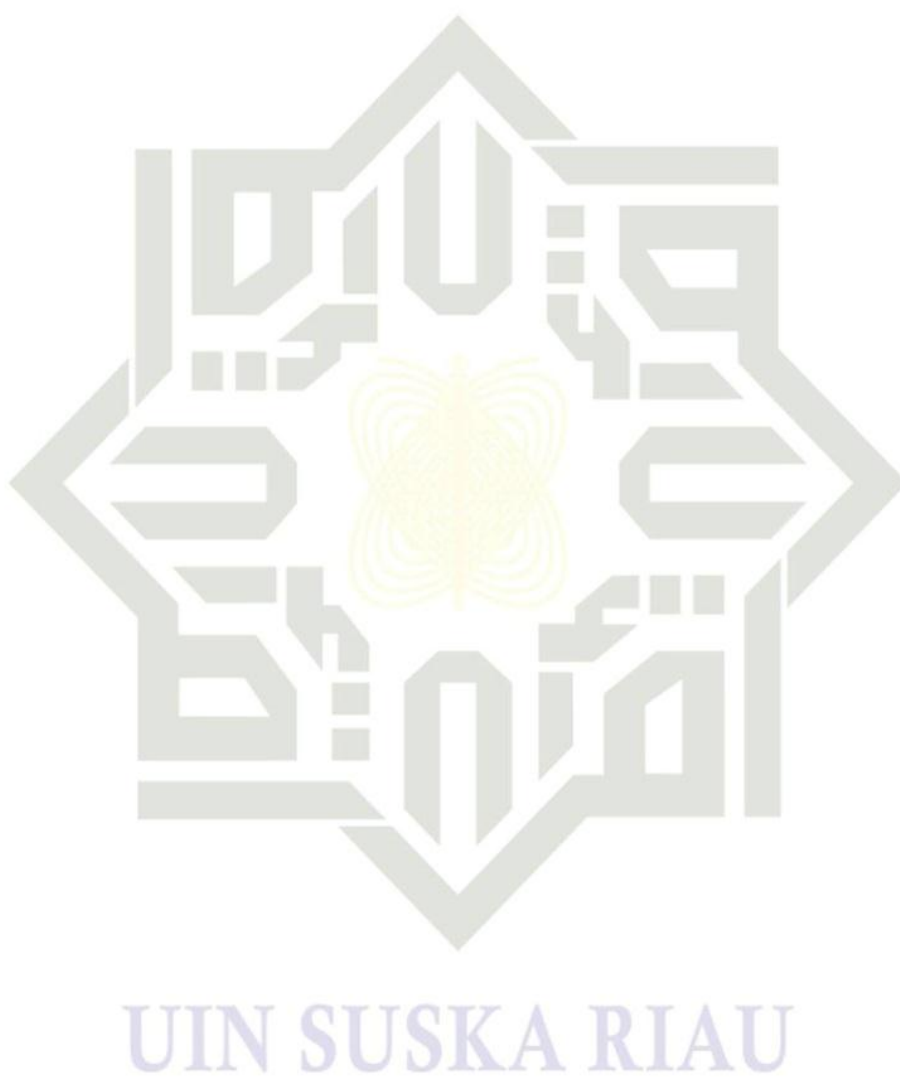
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah jamaah tahun 2014-2015	11
Tabel 2.1	Paket Ibadah Umroh PT. Penjuru Wisata Negeri	31
Tabel 4.1	Jumlah jamaah tahun 2016-2018	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru.... 24



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diturunkan 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.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia pada saat ini menunjukkan adanya segala persaingan yang semakin meningkat. Perusahaan besar maupun kecil saling berpacu untuk merebut tempat pemasaran dengan berbagai macam cara dan usaha supaya perusahaan dapat menjual produk sebanyak banyaknya pada konsumen yang membutuhkan.

Strategi adalah kerangka acuan yang terintegrasi dan komprehensif yang mengarahkan pilihan-pilihan yang menentukan bentuk dan arah /aktifitas aktifitas organisasi menuju pencapaian tujuan-tujuannya.¹ pelanggan merupakan komponen lingkungan yang mampu mempengaruhi pencapaian tujuan pemasaran.prinsip pemasaran mengatakan bahwa pencapaian suatu organisasi tergantung pada seberapa mampu organisasi tersebut memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dan memenuhi secara lebih efisien dan efektif dibanding pesaingnya. Sebuah perusahaan harus memilih informasi mengenai siapa pelanggannya dan bagaimana karakteristik dan perilaku mereka.²

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menginformasikan, memberitahukan, membujuk dan

¹Henry Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: STIE YKPN,1997) Ed ke-4 hal. 9.

²Peter Paul, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*(Jakarta PT INC, 1996) hal. 93.



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

memengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan.³

Strategi promosi merupakan bagian dari kegiatan ekonomi yang memiliki orientasi bisnis untuk meraih kesuksesan. Banyak pesahaan 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.⁴

Fungsi promosi dalam bauran pemasaran adalah untuk mencapai berbagai macam tujuan komunikasi dengan setiap konsumen. Komponen-komponen promosi mencakup periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Tanggung jawab pemasaran yang penting adalah merencanakan dan mengkoordinasikan strategi promosi terpadu dan memilih strategi untuk komponen-komponen promosi, manajer pemasaran mempunyai sedikit atau sama sekali tidak ada pengendalian terhadap komunikasi dari mulut ke mulut atau komunikasi organisasi lain. Namun demikian, komunikasi ini juga mempengaruhi orang-orang yang menjadi sasaran perusahaan.⁵

³ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Raja Grafindo, 2012), hal. 168.

⁴ Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta : Intermedia, 1995), hal.3

⁵ David W. Cravens. *Pemasaran Strategis* (Jakarta: Erlangga, 1994), hal. 77.



© Hak cipta anilii UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Berbagai tujuan strategi promosi penjualan yang dapat kita ketahui seperti meningkatkan permintaan, menumbuhkan keinginan konsumen dalam pembelian produk, menciptakan goodwill, menstimulus para konsumen untuk melakukan pembelian kembali dengan kualitas yang lebih banyak, serta menjaga loyalitas konsumen kepada perusahaan. Strategi promosi juga dilakukan untuk menarik perhatian konsumen, program tersebut seperti mengadakan kompetisi penyediaan hadiah, kombinasi berbagai penawaran, diskon dan voucher bagi pelanggan. Komunikasi yang terjalin dalam promosi penjualan tidak hanya komunikasi bisnis satu arah, komunikasi yang terbentuk harapannya dapat menciptakan kondisi timbal balik sehingga konsumen dengan sendirinya bersedia dalam pembelian produk.

Strategi promosi pada aktivitas penjualan maupun pemasaran biasanya dilakukan dalam jangka pendek maupun jangka panjang dalam suatu bisnis. Adanya perumusan strategi promosi membuat persiapan lebih matang. Penerapan langkah dalam aktifitas promosi akan lebih sesuai dengan permintaan konsumen dilapangan. Kesesuaian minat konsumen dalam konten promosi yang dijalankan akan menimbulkan permintaan terhadap suatu produk. Peningkatan permintaan inilah yang akan mendorong proses produksi yang diakibatkan adanya kenaikan penjualan . indikator strategi promosi yang kita dapat dilihat dari peningkatan volume penjualan setelahnya.

Diantara para target market terhadap pelanggan tetap dan pembeli potensial. Bagi pelanggan tetap mungkin lebih mudah melakukan tindakan promosi yang persuasif karena mereka sudah mengenal dan paham akan suatu produk yang ditawarkan. Namun sedikit berbeda dengan pembeli potensial

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.

yang belum pernah mencoba atau melakukan pembelian terhadap produk dari perusahaan. Disinilah peran strategi promosi penjualan atau pemasaran dengan sasaran pembeli potensial, strategi pemasaran dilancarkan ditujukan untuk menarik pembeli potensial karena pembeli potensial merupakan sumber dari peningkatan volume penjualan salah satu contoh strategi promosi yang dapat dilakukan untuk pembeli potensial yaitu dengan menonjolkan keistimewaan suatu produk dibandingkan dengan produk serupa yang dimiliki pesaing.

Kegunaan suatu produk mungkin akan hilang seiring dengan berjalannya waktu dan pada kondisi ini juga harus dipikirkan strategi promosi yang jitu untuk meningkatkan kembali penjualan produk baik barang maupun jasa.

Promosi juga merupakan bagian dari strategi pemasaran yang digunakan perusahaan sebagai ujung tombak dari suatu perusahaan yang memainkan peranan penting dalam meningkatkan jumlah penjualan. Tujuan dari promosi itu sendiri adalah untuk menjembatani komunikasi antara produsen dan konsumen diantara permintaan dengan penawaran.

Perusahaan harus mengadakan komunikasi atau promosi dengan calon konsumen, karena promosi merupakan kunci keberhasilan dalam penyampaian produk atau jasanya kepada calon konsumen, jika banyak calon konsumen yang tertarik dengan promosi yang diberikan oleh pihak perusahaan maka membawa keberuntungan untuk perusahaan agar tetap berkembang kedepannya dan terhindar dari kebangkrutan. Hal ini tidak terlepas kaitannya dengan semakin tajamnya persaingan antar sesama perusahaan.



- 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.

Pemasar mengembangkan promosi untuk mengkomunikasikan informasi mengenai produk dan memengaruhi konsumen untuk membelinya, untuk menciptakan dan memelihara keunggulan pembeda dari apa yang ditawarkan pesaing maka sebagian besar produk dan merek yang berhasil membutuhkan promosi, ada empat jenis promosi yaitu iklan, promosi penjualan, penjualan personal dan publisitas.

Iklan adalah penyajian informasi nonpersonal mengenai produk, merek, perusahaan atau tool yang dilakukan dengan bayaran tertentu. Pada iklan biasanya ditampilkan organisasi yang mensponsorinya. Iklan ditujukan untuk memengaruhi efikasi dan kongnisi konsumen. Dalam praktiknya, iklan telah dianggap sebagai manajemen citra, menciptakan dan memelihara citra dan makna dalam benak konsumen. Walaupun pertamanya iklan akan memengaruhi perilaku pembelian konsumen. Iklan dapat disajikan dalam berbagai macam media (tv, radio, cetakan majalah, surat kabar, papan billboard, papan tanda dan macam-macam media).⁶

Promosi penjualan atau Penjualan langsung. Penjualan langsung adalah presentasi langsung dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih calon pembeli, dengan maksud untuk mendapatkan penjualan. Pengeluaran tahunan penjualan langsung lebih besar daripada periklanan, barangkali sampai dua kali lipat. Namun, kedua komponen promosi ini mempunyai kesamaan dalam beberapa hal, antara lain menciptakan kesadaran terhadap produk, menyampaikan informasi dan meyakinkan orang agar mau membeli.

⁶ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal. 178



- 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.

Promosi penjualan terdiri dari berbagai kegiatan promosi, antara lain peragaan penjualan, kontes, pemberian sampel, display titik penjualan, pemberian insentif, dan kupon. Pengeluaran promosi penjualan pada prinsipnya lebih besar daripada pengeluaran periklanan. Urutan teknik-teknik komunikasi dan insentif memberikan beberapa keuntungan, promosi dapat digunakan untuk menargetkan pembeli, menjawab kesempatan khusus, dan menciptakan insentif pembelian.

Penjualan personal adalah melibatkan interaksi personal langsung antara seorang pembeli potensial dan seorang salesmen. Penjualan personal dapat menjadi metode promosi yang hebat alasannya pertama, komunikasi personal dengan salesmen dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dengan produk atau proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu konsumen lebih termotivasi untuk masuk dan memahami informasi yang disajikan salesmen tentang sebuah produk. Kedua, situasi komunikasi saling siang/interaktif memungkinkan salesmen mengadaptasi apa yang disajikan agar sesuai dengan kebutuhan informasi setiap pembeli potensial.

Publisitas adalah suatu cara merangsang timbulnya permintaan yang bersifat interpersonal terhadap suatu produk, jasa, atau ide dengan cara memasang berita komersial di mass media dan tidak dibayar langsung oleh suatu sponsor. Kegiatan-kegiatan hubungan masyarakat dapat memberikan kontribusi yang penting bagi strategi promosi jika kegiatan-kegiatan tersebut direncanakan dan dilakukan untuk mencapai tujuan-tujuan promosi tertentu.



- 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.

Ekonomi islam juga menerapkan promosi yang dilakukan untuk menawarkan, menginformasikan, menjual produk atau jasa di pasar, karena dengan promosi masyarakat akan mengetahui keberadaan produk atau jasa.

Prinsip yang digunakan oleh nabi Muhammad SAW, adalah personal selling, iklan, promosi penjualan dan humas, namun cara-cara yang diterapkan oleh nabi Muhammad SAW tidak lepas dari nilai-nilai moralitas, promosi pada era nabi belum berkembang seperti sekarang ini, dimana seluruh produsen telah menggunakan alat yang serba modern, media internet, televise, radio dan lain-lain. Dalam istilah manajemen sifat dan nabi dapat diterjemahkan sebagai supel, cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, kordinasi, kendalidan supervise. Prinsip ekonomi islam yang dipakai dalam promosi penjualan yaitu kepercayaan dan suka sama suka. Tidak memaksa untuk memakai jasa transaksi terjadi atas dasar suka sama suka dan kepercayaan.

Ekonomi islam juga menerapkan promosi yang dilakukan untuk menawarkan, menginformasikan, menjual produk atau jasa di pasar, karena dengan promosi masyarakat akan mengetahui keberadaan produk atau jasa.

Prinsip yang digunakan oleh nabi Muhammad SAW, adalah personal selling, iklan, promosi penjualan dan humas, namun cara-cara yang diterapkan oleh nabi Muhammad SAW tidak lepas dari nilai-nilai moralitas, promosi pada era nabi belum berkembang seperti sekarang ini, dimana seluruh produsen telah menggunakan alat yang serba modern, media internet, televisi, radio dan lain-lain. Dalam istilah manajemen sifat dan nabi dapat diterjemahkan sebagai supel, cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang,



- 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.

kerja tim, cepat tanggap, kordinasi, kendalidan supervise. Prinsip ekonomi islam yang dipakai dalam promosi penjualan yaitu kepercayaan dan suka sama suka. Tidak memaksa untuk memakai jasa transaksi terjadi atas dasar suka sama suka dan kepercayaan. Bauran promosi merupakan kombinasi dari alat-alat promosi, yaitu periklanan,penjualan tatap muka,promosi penjualan dan publistas yang dirancang untuk menjual barang dan jasa.

Dalam konsep Al-Quran tentang bisnis juga sangat konprehensif, parameter yang dipakai tidak menyangkut dunia saja, namun juga menyangkut urusan akhirat, Al-Quran memandang kehidupan manusia sebagai sebuah proses yang berkelanjutan. Manusia harus berkerja bukan hanya untuk sukses didunia namun juga kesuksesan di akhirat.⁷

Prinsip yang dipakai dalam ekonomi islam adalah kebenaran dan kejujuran, dalam ekonomi islam memposisikan suatu produk melalui iklan, kebenaran dan kejujuran adalah dasar nilai ekonomi islam. islam sangat melarang kebohongan dalam berbagai bentuk. Maka dari itu setiap pengelola harus berlaku jujur, benar dan lurus dalam melakukan promosi sesuai iklan yang ditampilkan. Tidak boleh berlaku curang, berkata bohong, serta mengumbar sumpah dan iklan palsu.

Suatu informasi produk walaupun dengan secara bebas memilih kreasi penyampaiannya, tetapi dibatasi oleh pertanggung jawaban secara horizontal dan vertikal sekaligus. Suatu kebebasan yang tak terkendali yang membuat suatu pasti tidak akan membawa dampak positif walaupun dalam jangka pendek mungkin menguntungkan . demikian pula nilai kebenaran harus

⁷ Ahmad Mustag, *The Furture of Economics An Islamic Perspektif* ,(jakarta :Asy Syaami Press & Grafika, 2001) hal.35



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

dijunjung tinggi untuk mempertahankan suatu tujuan luhur dari bisnis. Kebebasan dalam kreasi penyampaiannya harus diimbangi dengan pertanggung jawaban manusia.⁸

Awal pendirian perusahaan PT. Penjuru Wisata Negeri bertujuan untuk mempermudah masyarakat untuk membeli tiket pesawat dengan harga yang terjangkau dengan melejitnya angka jamaah umrah di Indonesia membuat perusahaan PT. Penjuru Wisata Negeri akhirnya menambah produk ke penyelenggaraan umrah. Meski tergolong baru, namun perusahaan ini berkomitmen menjadi biro penyelenggara umrah terpercaya dengan mengutamakan pelayanan prima. Yang mana umrah menjadi produk/jasa unggulan. Dan lewat produk umrah pula juga bisa memberangkatkan ribuan jamaah setiap tahunnya hingga saat ini. Sekaligus mendongkrak nama perusahaan di mata masyarakat, sebagai perusahaan penyelenggara umrah terpercaya.

Agar dapat meningkatkan jumlah jamaah maka PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru perlu melakukan promosi paket ibadah umroh yang terdiri atas penyebaran brosur, pemasangan iklan dan artikel majalah dan ikut berpartisipasi di dalam event event yang berkaitan dengan promosi paket ibadah umroh. Demikian pula promosi paket ibadah umroh yang dilakukan adalah untuk memberitahukan, membujuk atau meningkatkan konsumen atau calon jamaah mempunyai keinginan untuk datang berkunjung kedaerah yang telah dipromosikan. Oleh karena itu promosi harus dilakukan melalui media

⁸Oci yonita marhari, *Manajemen Bisnis Modern ala Nabi Muhammad*, (Bandung:Al-Magfirah, 2012) hal.34



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

komunikasi yang efektif. Sebab orang-orang yang menjadi sasaran promosi mempunyai selera dan keinginan yang berbeda-beda.

Dengan banyaknya jumlah travel umrah dan haji yang ada dipekanbaru yang sama-sama bergerak dibidang jasa, maka diperlukan suatu inovasi yang berbeda agar dapat menarik calon jamaah sebanyak mungkin. Dalam hal itu PT. Penjuru Wisata Negri Pekanbaru terus melakukan inovasi yang berbeda dengan perusahaan yang sama-sama bergerak dibidang jasa haji dan umroh. seperti travel haji dan umroh RWH dan Travel Smeva Holiday. Adapun promosi yang berbeda yang dilakukan oleh PT. Penjuru Wisata Negri Pekanbaru yaitu dengan mengadakan manasik haji dan umroh setiap minggunya yang bertujuan untuk dapat memberikan pemahaman kepada setiap calon jamaah haji dan umroh tentang tujuan keberangkatan ketanah suci.

Untuk terus meningkatkan jumlah jamaah dan menarik calon jamaah, PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru terus menyusun strategi salah satunya yaitu dengan mempromosikan Paket umroh keberangkatan bulan april pada bulan februari. paket umroh biasanya seharga Rp.43.000.000 dengan dilakukannya promosi maka paket umroh menjadi seharga Rp. 40.000.000. tetapi dengan syarat promo akan berlaku untuk pendaftaran bulan februari saja, apabila mendaftar pada bulan maret biaya akan naik Rp.1.000.000 dari harga yang dipromosikan berarti menjadi Rp. 41.000.000. Bila mendaftar pada bulan april maka promo sudah tidak berlaku dan harga paket umroh kembali keharga aslinya yaitu seharga Rp.43.000.000.



- 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.

Berikut hasil wawancara dengan bapak Habibi yang merupakan salah satu jamaah yang pernah menggunakan jasa travel umroh PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru yang mengambil paket yang dipromosikan pada bulan februari dan berangkat pada bulan april menurutnya untuk ukuran paket seharga Rp. 40.000.000 ia rasa itu sudah sangat memuaskan karna jarak hotel sangat dekat dan bisa ditempuh hanya dengan berjalan kaki baik di mekah maupun madinah. Dari hotel Madinaah kepelataran masjid Nabawi itu berkisar 50M. dan dari hotel di Mekkah ke pelataran masjidil Haram berkisar 100-150 M. dan yang tak kalah memuaskan yaitu adalah pelayanan petugasnya, saat dari keberangkatan sampai pulang umroh para jamaah diberikan dua petugas yang bersedia melayani jamaah 24 jam saat perjalanan umroh, di tambah lagi saat di Madinah dan Mekah ada masing-masing dua petugas yang memetap disana jika ada keluhan jamaah atau ada jamaah yang terpisah dari rombongan , maka petugas tersebut akan langsung mencari.

Adapun jumlah jamaah PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru setiap bulan, tahun 2014-2015:

Tabel 1.1
Jumlah jamaah PT. Penjuru Wisata Negeri
Pekanbaru tahun 2014-2016

Tahun	2014	2015
Januari	65	41
Februari	73	49
Maret	81	51
April	95	45
Mei	74	61

© Hak cipta milik UIN Suska Riau	Juni	56	58
	Juli	201	87
	Agustus	200	299
	September	116	82
	Oktober	76	43
	November	47	38
	Desember	126	56
	Jumlah	1.335	972

Dari data diatas dapat kita ketahui bahwa jumlah jamaah di PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru mengalami penurunan jumlah jamaah. pada tahun 2014 jumlah jamaah sebanyak 1.355 sedangkan pada tahun 2015 jamaah mengalami penurunan yaitu 972 jamaah. dengan terjadinya penurunan jumlah jamaah maka peneliti ingin mengetahui apa penyebab terjadinya penurunan pada PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru.

Dari latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti tentang strategi promosi paket ibadah umroh dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah umroh dengan menuangkannya dalam sebuah skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah Umroh Pada PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru ditinjau dari Ekonomi Islam ”

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan serta mengingat keterbatasan peneliti maka masalah yang diteliti hanya berkisar pada strategi promosi paket ibadah umroh dalam upaya

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.

meningkatkan jumlah jamaah umroh pada PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas tersebut, sehingga dapat dirumuskan beberapa masalah antara lain :

- a. Bagaimana strategi promosi paket ibadah umroh dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah umroh pada PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru?
- b. Bagaimanakah tinjauan Ekonomi Islam tentang strategi promosi paket ibadah umroh dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah umroh pada PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan penelitian
 - a. Untuk mengetahui Tujuan penelitian strategi promosi paket ibadah umroh dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah umroh pada PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru.
 - b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam tentang strategi promosi paket ibadah umroh dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah umroh pada PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru.
2. Kegunaan penelitian
 - a. Bagi peneliti

Sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan perkuliahan pada program strata satu (S1) fakultas Syariah dan Hukum



- 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 milik UIN Suska Riau

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, yang diadakan di PT. Penjuru Wisata Negri Pekanbaru. Penelitian ini diambil untuk mengetahui strategi promosi paket ibadah umroh dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah umroh pada PT. Penjuru Wisata Negri Pekanbaru. Alasan memilih PT. Penjuru Wisata Negri Pekanbaru sebagai tempat penelitian karena di PT. Penjuru Wisata Negri Pekanbaru memiliki pelayanan tour dan travel yang lengkap dan sudah berdiri sejak sepuluh tahun dalam memberikan pelayanan produk jasa haji dan umroh.

jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bagi pengembangan ekonomi islam

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi atau bahan dokumentasi mengenai tinjauan ekonomi Islam tentang strategi promosi paket ibadah umroh dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah umroh pada PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru.

Untuk ilmu pengetahuan

Penelitian ini dapat dijadikan sumbangan pemikiran atau studi bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian dan referensi dalam berbagai penulisan ilmiah yang sejenis. Disamping itu berguna untuk meningkatkan keterampilan, memperluas wawasan yang akan membentuk mental mahasiswa sebagai bekal memasuki lapangan kerja.



- 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. Subjek dan objek penelitian

- a. Subjek penelitian adalah pimpinan dan karyawan PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru.
- b. Objek penelitian adalah strategi promosi paket ibadah umroh dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah umroh pada PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru.

3. Populasi dan sampel

Populasi adalah suatu nilai baik nilai pengukuran maupun perhitungan, baik kuantitatif maupun kualitatif daripada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas. sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil menggunakan teknik tertentu yang disebut dengan teknik sampling.

Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 15 orang yang berkerja di PT.Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru yang terdiri dari 1 orang pimpinan dan 14 orang karyawan. Mengingat jumlah populasi yang sedikit, maka peneliti menggunakan teknik mengambil data total sampling dengan mengambil secara keseluruhan jumlah populasi yang ada, semua populasi dijadikan subjek penelitian.

4. Sumber Data

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian.⁹ Penelitian ini akan dilaksanakan melalui penelitian lapangan yang akan di peroleh dari:

⁹Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2009), Ed. 2, hal. 42



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh melalui wawancara dengan pimpinan dan karyawan PT. Penjuru Wisata Negri Pekanbaru.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen dan literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian

5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data ini meliputi :

- a. Observasi, atau pengamatan meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra.¹⁰ Observasi dilakukan untuk mengetahui secara langsung strategi promosi paket ibadah umroh dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah umroh pada PT. Penjuru Wisata Negri Pekanbaru
- b. Wawancara, ialah cara yang dilakukan untuk memperoleh keterangan secara lisan guna mencapai tujuan tertentu.¹¹ Proses Tanya jawab yang berlangsung secara lisan. Dimana, dua orang atau lebih bertatap muka dan mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan . wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi secara langsung.
- c. Dokumentasi, teknik ini digunakan untuk memperoleh data dengan cara melihat dokumen yang ada. Metode dokumentasi ini merupakan metode utama apabila peneliti melakukan pendekatan metode isi (content analysis). Dokumentasi juga digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan strategi promosi.

¹⁰ M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), hal. 83.

¹¹ Burhan Ashofa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hal. 26.



- 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- d. Data yang diperoleh dari lapangan penelitian, penulis mengorganisasikan, mengolah dan menganalisa kemudian membahas dalam suatu karya tulis ilmiah. Setelah penulis mengumpulkan data baik dari lokasi penelitian maupun dari berbagai literatur-literatur lainnya. Bertanda data tersebut siap dikelolah. Adapun teknik analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu menganalisis data yang terkumpul dari hasil keputusan, objek penelitian berupa sumber-sumber yang tertulis yang ada dan kemudian data tersebut siap dikelolah. Data yang bersifat kuantitatif sendiri diperoleh dari hasil wawancara dan observasi.

Data sekunder dan primer yang telah terhimpun kemudian disusun secara sistematis secara deskriptif dan kualitatif, yaitu menganalisa data dengan cara menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya, dan membandingkan antara praktek dan teori yang ada. Sehingga dapat ditarik kesimpulan dan disajikan dalam bentuk laporan.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

Gambaran pada bab ini menguraikan, tentang sejarah berdirinya PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru, visi dan misi struktur organisasi.



- 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.

BAB III TINJAUAN TEORITIS

Dalam bab ini menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan teori yang ada hubungannya dengan permasalahan yang diteliti yang meliputi : strategi promosi, nasabah promosi dalam ekonomi Islam.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang hasil penelitian yaitu strategi promosi paket ibadah umroh dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah umroh pada PT. Penjuru Wisata Negri Pekanbaru ditinjau dari ekonomi Islam terhadap strategi promosi dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah umroh pada PT. Penjuru Wisata Negri Pekanbaru.

BAB V PENUTUP

Memuat penutup yang akan diuraikan kesimpulan hasil penelitian dan saran.

BAB II

GAMBARAN UMUM PT PENJURU WISATA NEGERI

A. Sejarah PT. Penjuru Wisata Negeri

PT. Penjuru Wisata Negeri merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan yang meliputi perjalanan udara, darat dan laut. PT. Penjuru Wisata Negeri merupakan perusahaan jasa parawisata yang meliputi Tours & Travel, penjualan tiket pesawat (online), perjalanan wisata dalam dan luar negeri, Hotel Reservation dan lain-lain, yang lokasi terletak di Jl. Soekarno-Hatta, RT. 04/ RW. 08, Sidomulyo Timur, Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau.

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat di Pekanbaru merupakan dasar didirikannya PT. Penjuru Wisata Negeri, karena dinilai tingginya minat masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan sarana transportasi khususnya untuk perjalanan ibadah haji dan umrah. Maka pada bulan Oktober 2010, didirikanlah Biro Perjalanan Wisata dengan nama CV. Andalas Education Tour (AET Tour), namun seiring berjalannya waktu pada bulan November 2011 berubah menjadi PT. Penjuru Wisata Negeri dengan branding AET Travel. PT. Penjuru Wisata Negeri didirikan oleh dua sahabat yakni Rizki Kurniawan N dan Nasution yang pertama bertemu di bangku kuliah pada tahun 2005. Awal pendirian perusahaan ini bertujuan untuk mempermudah masyarakat untuk membeli tiket pesaawat dengan harga yang terjangkau.



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

Seiring dengan tumbuh dan berkembangnya dunia pariwisata Indonesia, yang diikuti dengan tingginya keinginan masyarakat untuk berwisata setiap tahunnya, maka PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru 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 penyelenggaraan umrah. Meski tergolong baru, namun PT. Penjuru Wisata Negeri berkomitmen menjadi biro penyelenggara umrah terpercaya dengan mengutamakan pelayanan prima. Yang mana umrah menjadi produk/jasa unggulan. Dan lewat produk umrah pula juga bisa memberangkatkan ribuan jamaah setiap tahunnya hingga saat ini. Sekaligus mendongkrak nama perusahaan di mata masyarakat, sebagai perusahaan penyelenggara umrah terpercaya. Dengan dukungan oleh tenaga yang profesional dan mempunyai sertifikat dari ASITA (Association of The Indonesian Tours & Travel), IATA (International Air Transport Association) dan HIMPUH (Himpunan Penyelenggara Umroh dan Haji), menjadikan perjalanan lebih Menyenangkan dan merasa lebih nyaman. PT Penjuru Wisata Negeri Tour & Travel berkomitmen mengutamakan pelayanan terbaik sesuai dengan kebutuhan jasa pariwisata yang menjadi unggulan perusahaan untuk perorangan, perusahaan maupun pemerintahan. Karena melalui company profil tersebut mereka siap memberikan “pelayanan sepenuh hati”. Kelengkapan



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

informasi menjadi jaminan pelayanan dalam seluruh bidang jasa umrah, haji, pariwisata dalam dan luar negeri.

PT. Penjuru Wisata Negeri Tour & Travel merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang Tour & Travel yang memfokuskan diri dalam bidang penyelenggaraan pelayanan ibadah Haji dan Umrah, serta paket perjalanan lainnya. Walaupun lingkup kegiatan usaha PT. Penjuru Wisata Negeri Tour & Travel menjual dan menyelenggarakan paket bimbingan Umrah, PT. Penjuru Wisata Negeri Tour & Travel sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa perjalanan ibadah dan Umrah mempunyai motto “harga hemat layanan hebat”.

B. Profil PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru

PT. Penjuru Wisata Negeri adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan pariwisata yang meliputi tour dan travel. PT. Penjuru Wisata Negeri Tour dan Travel Pekanbaru ini telah memperoleh izin sebagai penyelenggara perjalanan ibadah umrah pada tahun 2016 dengan nomor izin SK Kemenag RI (Umroh) No. 382 tahun 2016. Berikut penulis paparkan tentang profil dari PT. Penjuru Wisata Negeri Tour dan Travel Pekanbaru

Nama Perusahaan : PT. Penjuru Wisata Negeri Tour dan Travel

Berdiri : 12 Oktober 2010

Pemilik : Rizki Kurniawan N

Izin Umroh : SK KEMENAG RI No. 382 Tahun 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.

Sekretariat : Jl. Soekarno-Hatta, RT.04/RW.08, Sidomulyo Timur
Kecamatan : Marpoyan
Kota : Pekanbaru
Provinsi : Riau
Email : aet.co.id
Telp : (0751) 463796
Faks : (0761) 463796
Hotline : 0822-4141-0909
Motto : Harga hemat layanan hebat

C. Landasan Hukum Perusahaan

1. Izin Usaha Pariwisata 0039/03.07/PW/V/2012
2. NPWP 03.211.875.4-201.000
3. Izin HO 2325/IG-NI/BPMPTSP/IX/2016/PROB
4. TDP (Tanda Daftar Perusahaan) 03.07.3.79.03823
5. AMPHURI SKJ/STD/435
6. Izin Penyelenggara Umrah 382 Tahun 2016

D. Visi dan Misi PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru¹²

Dalam hal pencapaian suatu tujuan di perlukan suatu perencanaan dan tindakan nyata untuk dapat mewujudkannya, dimana visi dan misi perusahaan PT. Penjuru Wisata Negeri adalah sebagai berikut

¹² Dokumentasi, 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.

1. Visi

- a. Menjadi biro perjalanan wisata dan penyelenggara umrah yang amanah dan professional, dengan jaringan pemasaran terluas di Indonesia.
- b. Untuk menjadikan salah satu perusahaan yang mempunyai pelayanan serta produk yang lengkap khususnya dalam bidang paket umroh, wisata dan internasional, ticketing pesawat.

2. Misi

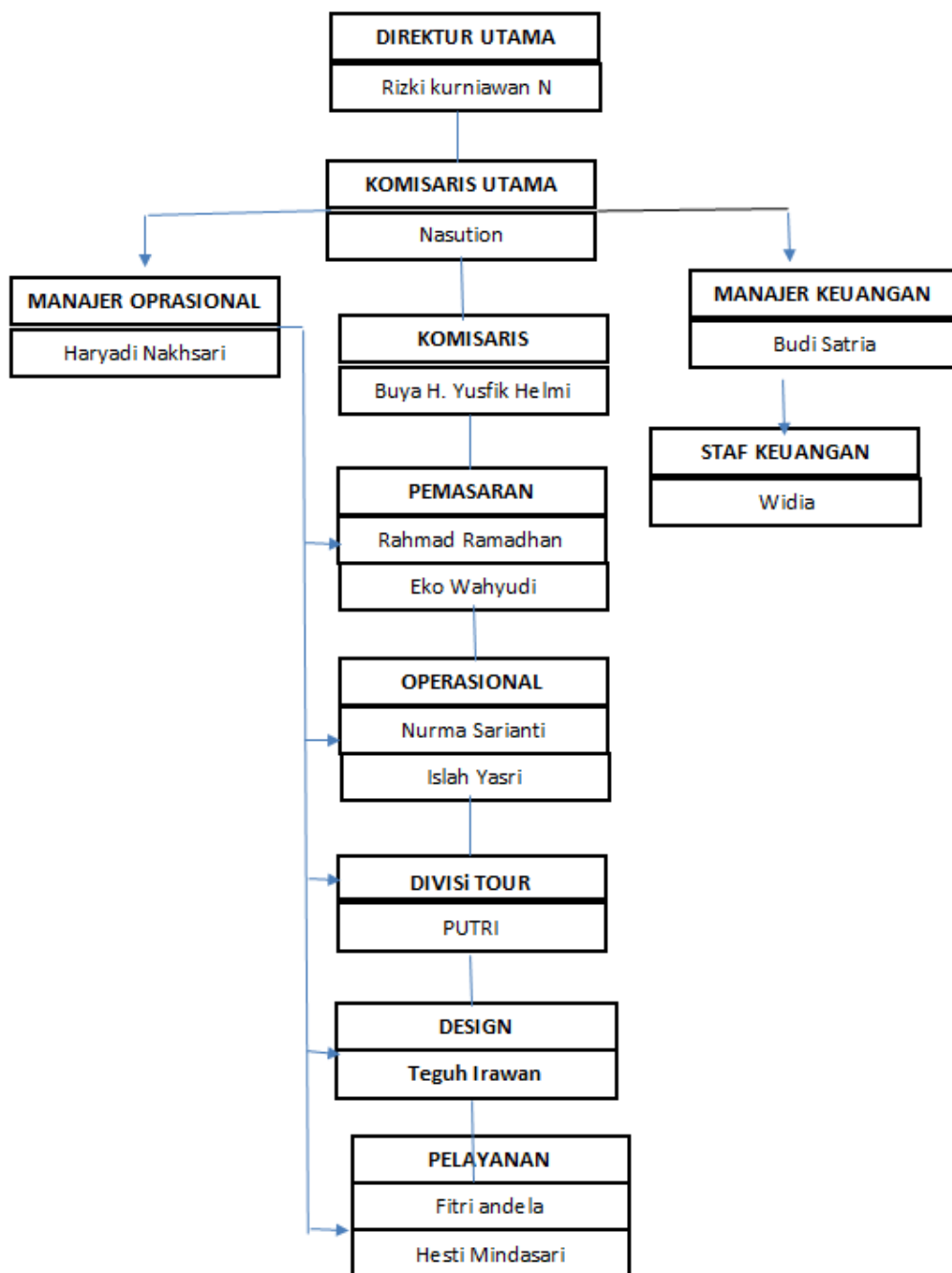
- a. Memastikan dan terus meningkatkan standar pelayanan.
- b. Memberikan pelayanan yang maksimal dan memuaskan kepada pelanggan
- c. Selalu mengedepankan inovasi dalam produk dan pemasaran
- d. Memberikan jaminan keamanan dan kepastian keberangkatan kepada calon jamaah umrah.
- e. Menanamkan dan mengimplementasikan nilai-nilai dakwah dalam setiap aktivitas perusahaan.
- f. Peningkatan kepercayaan jamaah dengan peningkatan kecepatan layanan dan hubungan berdasarkan kekeluargaan.
- g. Pengembangan kantor perwakilan di banyak daerah.

E. Struktur Organisasi PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru

Organisasi merupakan sebagian kelompok yang saling berinteraksi dan bekerjasama untuk merealisasikan tujuan yang sama. Sedangkan yang dimaksud struktur organisasi adalah suatu manifestasi perwujudan

organisasi yang menunjukkan hubungan antara otoritas dan bertanggung jawab dan yang saling berinteraksi dari orang yang diberi tugas dan tanggung jawab atas aktivitas.

Gambar 2.1
Struktur Organisasi PT.Penjuru Wisata Negeri



- Hak Cipta Dilindungi Und**
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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Persyaratan Umrah

Umrah merupakan ibadah yang dilakukan jamaah pada umumnya yaitu berihram, thawaf, sa'I, dan tahallul (mencukur rambut). Adapun yang menjadi ketentuannya adalah:

1. Persyaratan Umrah

a. Paspor

1. Masih berlaku minimal 7 bulan dari tanggal keberangkatan.
2. Nama 3 suku kata contoh: Eka susila wati

b. Pas Photo

1. 3x4 : 8
2. 4x6 : 8
3. Foto berwarna (bukan hitam putih)
4. Background (layar) putih
5. Fokus wajah 85%
6. Tidak boleh memakai kacamata
7. Memakai jilbab bagi wanita (berwarna gelap)
8. Tidak boleh memakai topi/peci bagi pria

c. Buku kuning bukti telah bervaksin Meninghitis yang masih berlaku. (Kantor Kesehatan Pelabuhan (KKP) Pekanbaru, jalan Rajawali Sakti, Panam) dengan membawa syarat suntik Fc.

Paspor 1 lembar dan pas photo 4x6: 1 lembar.

2. Persyaratan Khusus

Bagi wanita



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- a. Surat Nikah asli (berangkat dengan suami)
- b. Akta lahir asli / Ijazah asli (berangkat dengan ayah kandung atau berangkat dengan muhrim abang atau adik)
- c. Kartu Keluarga asli + Akta lahir asli berangkat dengan muhrim (kakek)
- d. Kartu Keluarga asli + Surat Nikah asli berangkat dengan muhrim (mertua)

Bagi laki-laki dibawah 14 tahun

- a. Akta lahir asli berangkat dengan ayah kandung atau berangkat dengan muhrim (abang atau adik)
- b. Akta lahir asli / Kartu Keluarga asli berangkat dengan muhrim (kakek)

3. Ketentuan Pendaftaran

- a. Setoran dalam bentuk Rupiah disesuaikan kurs USD pada saat setoran
- b. Pelunasan paling lambat 90 hari sebelum berangkat

4. Ketentuan Pembatalan

- a. Pemotongan 10% setelah enter visa
- b. Pemotongan 45% konfirmasi hotel dan maskapai
- c. Pemotongan 75% sebelum berangkat

5. Harga Termasuk

- a. Tiket pesawat sesuai program
- b. Akomodasi selama di tanah suci



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- c. Transportasi sesuai program.
- d. Pengurusan visa
- e. Guide dan muthawwif
- f. Perlengkapan ibadah umrah (seragam, kain ihram, mukena, jilbab, buku manasik, tas sandang atau tas jinjing dan travelling)
- g. Manasik umrah
- h. Air zamzam 5 liter
- i. Kurma 10 kg

6. Harga Belum Termasuk

- a. Paspur
- b. Vaksin meningitis
- c. Pas photo
- d. Tour tambahan diluar program
- e. Kelebihan berat bagasi
- f. Uang saku

G. Haji Khusus

Haji merupakan salah satu rukun Islam yang dilakukan hanya pada saat musim haji dan ibadah yang dilakukan jamaah pada umumnya yaitu berihram, tawaf, sa'i, wukuf, dan tahalul (mencukur rambut). Adapun yang menjadi ketentuannya adalah:

1. Persyaratan Haji Khusus
 - a. Paspur
 1. Masih berlaku minimal 1 tahun dari tanggal keberangkatan.



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

2. Nama 3 suku kata contoh: Eka susila wati
- b. Pas Photo
 1. 3x4 : 8
 2. 4x6 : 8
 3. Foto berwarna (bukan hitam putih)
 4. Background (layar) putih
 5. Fokus wajah 85%
 6. Tidak boleh memakai kacamata
 7. Memakai jilbab bagi wanita (berwarna gelap)
 8. Tidak boleh memakai topi/peci bagi pria
- c. Buku kuning bukti telah bervaksin Meninghitis yang masih berlaku (Kantor Kesehatan Pelabuhan (KKP) Pekanbaru, jalan Rajawali Sakti, Panam) dengan membawa syarat suntik Fc. Paspor 1 lembar dan pas photo 4x6: 1 lembar.
- d. Persyaratan Khusus

Bagi wanita

 1. Surat Nikah asli (berangkat dengan suami)
 2. Akta lahir asli / Ijazah asli (berangkat dengan ayah kandung atau berangkat dengan muhrim abang atau adik)
 3. Kartu Keluarga asli + Akta lahir asli berangkat dengan muhrim (kakek)
 4. Kartu Keluarga asli + Surat Nikah asli berangkat dengan muhrim (mertua)



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

Bagi laki-laki dibawah 14 tahun

1. Akta lahir asli berangkat dengan ayah kandung atau berangkat dengan muhrim (abang atau adik)
2. Akta lahir asli / Kartu Keluarga asli berangkat dengan muhrim (kakek)
3. Ketentuan Pendaftaran
4. Setoran dalam bentuk Rupiah disesuaikan kurs USD pada saat setoran
5. Pelunasan paling lambat 40 hari sebelum berangkat
6. Ketentuan Pembatalan
7. Potongan 10% setelah enter visa
8. Potongan 45% konfirmasi hotel dan maskapai
9. Potongan 75% sebelum berangkat
10. Harga Termasuk
11. Tiket pesawat sesuai program
12. Akomodasi selama di tanah suci
13. Transportasi sesuai program
14. Pengurusan visa
15. Guid dan muthawwif
16. Perlengkapan ibadah umrah (seragam, kain ihram, mukena, jilbab, buku manasik, tas sandang atau tas jinjing dan travelling)
17. Manasik umrah



- 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 milik UIN Suska Riau
 Universitas Islamiah of Sultan Syarif Kasim Riau

18. Air zamzam 5 liter
19. Kurma 10 kg
20. Harga Belum Termasuk.Paspor
21. Vaksin meninghitis
22. Pas photo
23. Tour tambahan diluar program
24. Kelebihan berat bagasi
25. Uang saku

H. Tiket Domestik & Internasional

Sejak beroperasi di bidang Ticketing PT. Penjuru Wisata Negeri merasa tergantung di bidang ini, selain karena persaingan yang sangat ketat juga disebabkan semakin ketatnya aturan standar pelayanan yang ditetapkan oleh pihak Maskapai. Untuk itu PT. Penjuru Wisata Negeri memiliki pelayanan yang ingin selalu memanjakan pelanggan. Pelayanan yang dimaksud adalah Proses Booking, Issued, Pengantaran Tiket, Pelayanan antar jemput di Bandara. Saat ini sudah 6 penerbangan yang sudah bekerjasama dengan PT. Penjuru Wisata Negeri di bidang penjualan tiket, penerbangan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Scoot Air lines
2. Saudi Arabia
3. Air Asia
4. Malaysia Air Lines
5. Royal Jordan Air Lines
6. Etihad Air Lines

UIN SUSKA RIAU

Paket umroh PT. Penjuru Wisata Negeri

Ada beberapa paket umroh di PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru dengan berbagai variasi. Adapun rinciannya sebagai berikut:

Tabel 2.1
Paket Umroh PT.Penjuru Wisata Negeri

No	Paket	Maskapai	Biaya	Hotel
1	Hebat 12 Hari (3 April 2019)	MH	24.900.000	Makkah: elaf al mashaer/ le meridien/ setaraf Madinah: al eiman taibah/ al salahiyah/ Gloria/ setaraf bintang empat
2	Hemat 12 Hari (3 April 2019)	MH	23.700.000	Makkah: Mubarak plaza/ taj al khalil/ setaraf Madinah: al eiman taibah/ al salahiyah/ gloria/ setaraf bintang empat
3	Hebat 12 Hari (24 April 2019) Landing Madinah	MH	23.900.000	Makkah: elaf al mashaer/ le meridien/ setaraf Madinah: al eiman taibah/ al salahiyah/ Gloria/ setaraf bintang empat
4	Hemat 12 Hari (24 April 2019) Landing Madinah	MH	22.500.000	Makkah: Mubarak plaza/ taj al khalil/ setaraf Madinah: al eiman taibah/ al salahiyah/ gloria/ setaraf bintang empat
5	Umrah Plus Turki 14 Hari REG	SV	29.500.000	Makkah: Zewar Al Masyaer/ Elaf Bakkah Madinah: Al Eiman Taibah/ Al Salahiyah/ Gloria/ Setaraf Bintang Empat
6	Awal Ramadhan 12 Hari (8 Mei 2019)	MH	24.000.000	Makkah: Zewar Al Masyaer/ Elaf Bakkah Madinah: Al Eiman Taibah/ Al Salahiyah/ Gloria/ Setaraf Bintang Empat
7	Tengah Ramadhan 12 Hari (12 Mei 2019)	MH	24.500.000	Makkah: Zewar Al Masyaer/ Elaf Bakkah Madinah: Al Eiman Taibah/ Al Salahiyah/ Gloria/ Setaraf Bintang Empat
8	Akhir Ramadhan 17 Hari (22 Mei 2019)	MH	27.500.000	Makkah: Zewar Al Masyaer/ Elaf Bakkah Madinah: Al Eiman Taibah/ Al Salahiyah/ Gloria/ Setaraf Bintang Empat

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

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

0	Full Ramadhan Super Hemat (11 Mei 2019)	AAX	35.000.000	Makkah: Zewar Al Masyaer/ Elaf Bakkah Madinah: Al Eiman Taibah/ Al Salahiyyah/ Gloria/ Setaraf Bintang Empat
0	Awal Ramadhan Super Hemat 12 Hari Keberangkatan 5 dan 9 Mei	Garuda	28.000.000	Makkah: Zewar Al Masyaer/ Elaf Bakkah Madinah: Al Eiman Taibah/ Al Salahiyyah/ Gloria/ Setaraf Bintang Empat
1	Akhir Ramadhan Super Hemat 18 Hari (26 Mei)	Garuda	31.000.000	Makkah: Zewar Al Masyaer/ Elaf Bakkah Madinah: Al Eiman Taibah/ Al Salahiyyah/ Gloria/ Setaraf Bintang Empat
12	Umrah + City Tour Dubai + Ramadhan 15 Hari	Emirat	27.000.000	Makkah: Zewar Al Masyaer/ Elaf Bakkah Madinah: Al Eiman Taibah/ Al Salahiyyah/ Gloria/ Setaraf Bintang Empat
13	Haji Khusus	-	\$15.500	Makkah: Al Eiman Taibah/setaraf Bintang Empat
14	Super Hemat 12/13 Hari (Musim 1441 H)	-	22.500.000 (Tgl 15 s/d 30 Des: 24.500.000)	Makkah: Zewar Al Masyaer/ Elaf Bakkah Madinah: Hyatt Internasional /Al Eiman Taibah/ Al Salahiyyah/ Gloria/ Setaraf Bintang Empat
15	Paket Hemat 11/12 Hari (Musim 1441 H)	-	24.600.000 (Tgl 15 s/d 30 Des: 26.600.000	Makkah: Elaf Mashaer/ Anjum/ Ajyad Makareem/ Bintang Lima Setaraf Madinah: Hyatt Internasional /Al Eiman Taibah/ Al Salahiyyah/ Gloria/ Setaraf Bintang Empat



- 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.

Ket:

1. MH : Malaysia Airlines
2. SV : Sriwijaya Airlines
3. AAX : Air Asia Airlines

Fasilitas yang diberikan PT. Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru

Perlengkapan yang diterima jamaah PT. Penjuru Wisata Negeri Kota

Pekanbaru:

1. Tiket pesawat PP sesuai program.
2. Visa Umroh/Haji.
3. Akomodasi sesuai paket.
4. Transportasi Bus AC.Perlindungan

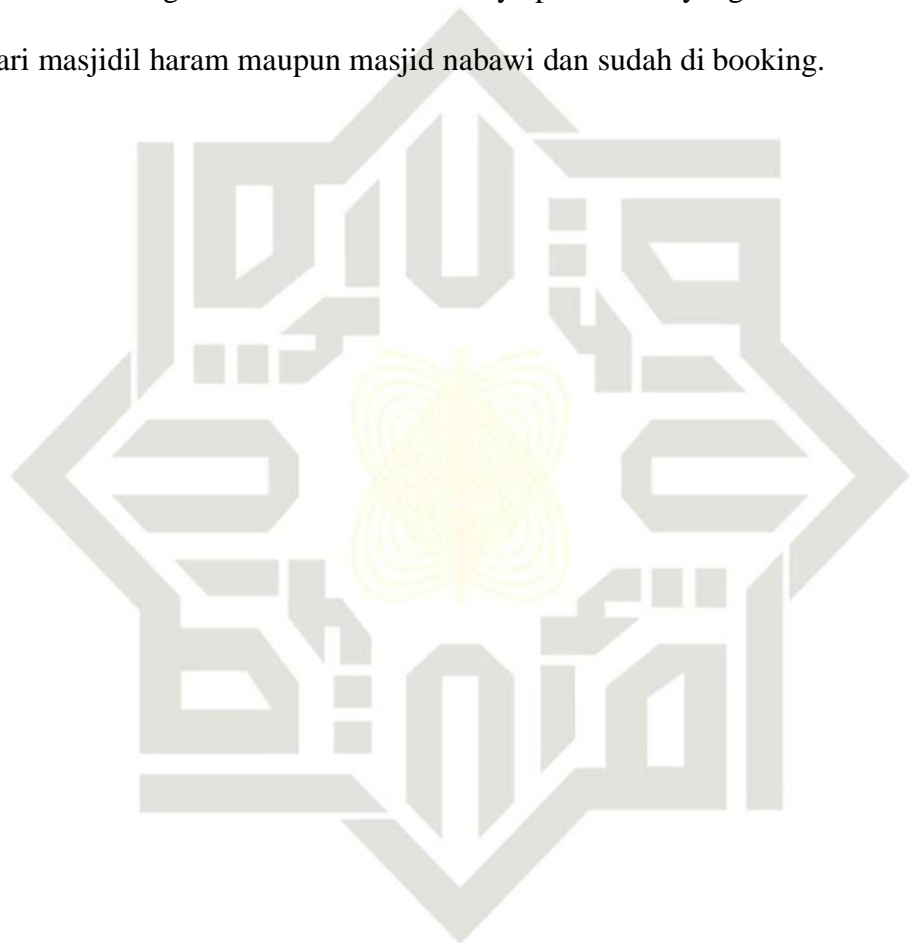
Dalam hal perlindungan PT. Penjuru Wisata Negeri akan selalu memantau dan mengecek setiap jamaah ketika berangkat, selama berada di tanah suci dan sesampai di tanah air. Dalam setiap keberangkatan akan ada dua petugas yang akan selalu mendampingi para jamaah dan setibanya di tanah suci akan dibantu oleh Muthawwif yang khusus menangani rombongan dari PT. Penjuru Wisata Negeri.

K. Keunggulan PT. Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru

Ada beberapa hal yang menjadi keunggulan dari PT. Penjuru Wisata Negeri sebagai perusahaan jasa perjalanan haji dan umroh yang menjadi pembeda dengan perusahaan lain yaitu:



1. PT. Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru rutin mengadakan manasik haji dan umrah setiap minggunya di hari sabtu.
 2. PT. Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru memberikan pendampingan ke Raudhah untuk jamaah perempuan.
 3. PT. Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru menyiapkan hotel yang dekat jaraknya dari masjidil haram maupun masjid nabawi dan sudah di booking.
- 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

A. Pengertian dan konsep bauran strategi

Promosi dalam bukunya, Hadari Nawawi menyebutkan bahwa penggunaan strategi dalam manajemen atau organisasi diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melakukan fungsi manajemen yang terarah pada tujuan organisasi. Sedangkan William F. Gluek dalam bukunya, mengartikan strategi adalah rencana yang dipersatukan secara komprehensif terintegrasi menghubungkan keunggulan strategi perusahaan atau lembaga terhadap tantangan lingkungan dan dirancang untuk meyakinkan bahwa sasaran dasar perusahaan akan dicapai dengan pelaksanaan yang tepat oleh organisasi tertentu.¹³

B. Fungsi dan tujuan strategi promosi

Fungsi strategi promosi menurut Lericche adalah untuk menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong penjualan yang pada akhirnya memberi kontribusi pada kinerja laba jangka panjang. Pengembangan strategi promosi yang efektif sangat tergantung pada seberapa baik perusahaan melakukan tahap-tahap awal dalam proses manajemen pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan pemasaran, perilaku pembeli, segmentasi pasar, analisa persaingan,

¹³ Hadari Nawawi, *Manajemen Strategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*, (Yogyakarta:Gajah Mada Universitas Press, 2000), hal. 147



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

penetapan pasar sasaran dan penentuan sisi produk. Strategi promosi yang dijalankan harus memberikan kontribusi yang jelas terhadap produk yang ditawarkan pada konsumen serta memuaskan barang mulai jangka pendek hingga jangka panjang dengan proses promosi.¹⁴

Sedangkan tujuan strategi promosi adalah sebagai berikut.

a. Memodifikasi tingkah laku

Dalam promosi modifikasi tingkah laku maksudnya adalah berusaha merubah tingkah laku dan pendapat serta memperkuat tingkah laku yang ada. Penjual selalu berusaha menciptakan kesan baik tentang dirinya (promosi kelembagaan) atau mendorong pembelian barang dan jasa perusahaan.¹⁵

b. Memberitahu

Kegiatan promosi dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan. Promosi yang bersifat informasi umumnya lebih sesuai dilakukan pada tahap-tahap awal dalam siklus kehidupan produk. Promosi yang bersifat informatif ini juga penting bagi konsumen karena dapat membantu pengambilan keputusan untuk membeli.

c. Membujuk.

Promosi ini terutama diarahkan untuk mendorong pembelian, tanggapan yang diperoleh dari konsumen tidak cepat tetapi lebih mengutamakan untuk menciptakan kesan positif. Hal ini

¹⁴ Lerreche, manajemen pemasaran, (Jakarta:Erlangga, 2000), hal.65

¹⁵ Basu Swastha, manajemen pemasaran modern, (Yogyakarta:Liberty, 2005), hal.353



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

dimaksudkan agar dapat memberi pengaruh dalam waktu yang lama terhadap perilaku pembeli.

d. Mengingat

Promosi yang bersifat mengingatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan merek produk dihati masyarakat dan perlu dilakukan selama tahap kedewasaan dalam siklus kehidupan produk. Ini berarti pula perusahaan berusaha untuk paling tidak untuk mempertahankan pembeli yang ada.

C. Bauran Promosi

Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan cara yang disebut bauran promosi. Adalah unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayungkan untuk memberitahukan, membujuk, dan meningkatkan tentang produk perusahaan.

Bauran promosi meliputi periklanan, (advertising), penjualan perorangan(personal selling) promosi penjualan(sales promotion), publisitas dan hubungan masyarakat(publicity and public relation) dan pemasaran langsung(direct marketing).¹⁶

1. Periklanan

Periklanan adalah bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu. Komunikasi yang dilakukan oleh pihak sponsor bersifat massal karena menggunakan media

¹⁶ Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan*, (Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal, 155



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

massa seperti radio, tv, surat kabar, majalah, surat pos, papan nama, dan sebagainya. Disamping itu advertensi (periklanan) bersifat non personal untuk menimbulkan kegiatan tertentu, guna mendapatkan keuntungan dari pemaangan advertensi itu, yang umumnya di peroleh melalui penjualan produk yang berupa barang atau jasa.

Advertensi dapat pula dilihat sebagai kegiatan untuk menyadarkan konsumen yang berpotensi akan kehadiran produk tersebut, kegunaan maupunsifatnya, harganya dan dimana produk tersebut tersedia dan dapat dibeli.¹⁷

Adapun tujuan periklanan adalah:

- a. Sebagai alat untuk memberi informasi/penerangan dalam memperkenalkan produk baru kepasar.
- b. Untuk menunjang program personal selling.
- c. Untuk membantu ekspansi atau perluasan pasar.
- d. Untuk mencapai orang-orang yang tidak dapat dikunjungi para pramuniaga (sales-person)
- e. Untuk membentuk nama baik perusahaan

Iklan dapat dibedakan berdasarkan jenis media dan tujuan penggunaannya. Berdasarkan jenis medianya yaitu iklan cetak (majalah atau koran) iklan eletronik (radio dan TV) iklan luar ruangan (papan reklame atau poster). Sedangkan berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu iklan produk , ilkan kelembagaan iklan nasional dan iklan lokal.

¹⁷ Sofjan Assauri, M anajemen Pemasaran: Dasar Konsep & Strategi, (Jakarta : PT Raja Grafindo, 2004), hal 272



- 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 milik UIN Suska Riau

Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, hal ini memungkinkan karena daya jangkauannya yang luas. Iklan juga menjadi instrument promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat luas

Penjualan perorangan (personal selling)

Personal selling adalah suatu penyajian (presentasi) suatu produk kepada konsumen akhir yang dilakukan oleh tenaga penjual perusahaan yang representatif, personal selling merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumennya.¹⁸

Personal selling dapat diartikan sebagai hubungan antara dua orang atau lebih secara bertatap muka untuk menimbulkan hubungan timbal balik dalam rangka membuat, mengubah, menggunakan, atau membina hubungan komunikasi antara produsen dengan konsumen.¹⁹

Dalam personal selling terjadi interaksi langsung. Komunikasi yang dilakukan kedua belah pihak bersifat individual dan dua arah sehingga penjual dapat langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik tentang keinginan dan kesukaan pembeli. Dalam hal ini, penjual berupaya untuk membantu atau membujuk calon pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan, personal selling dibutuhkan dalam usaha menciptakan kepercayaan pelanggan, pembelian yang bersifat sekali-

¹⁸ Danang Suntoyo, *Teori kuisisioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013) hal.24

¹⁹ Basu Swastha, *op.cit*, hal.350



- 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

sekali, produk yang mempunyai nilai tinggi , produk yang di design dalam kebutuhan dan demonstrasi (peragaan).

Adapun proses proses personal selling adalah sebagai berikut.

- a. Mengadakan persiapan sebelum melakukan penjualan yaitu dengan mempersiapkan tenaga penjual, pengetahuan produk yang akan dijual, pasar
- b. yang dituju dan teknik penjualannya.menentukan lokasi pembeli potensial, yaitu dengan menentukan segmen pasar mana yang akan dinilai akan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.
- c. Pendekatan pendahuluan, dimana tenaga penjual harus memahami terlebih dahulu produk yang akan dijualnya.
- d. Melakukan penjualan, yaitu tenaga penjual berusaha untuk memikat perhatian calon konsumen.
- e. Memberikan pelayanan konsumen setelah melakukan penjualan.²⁰

Hubungan masyarakat dan publisitas

Hubungan masyarakat dapat didefinisikan sebagai fungsi manajemen yang memberikan penilaian tentang sikap masyarakat, identitas kebijaksanaan dan prosedur dari individu atau organisasi dengan keinginan masyarakat, melakukan program tindakan untuk mendapatkan pengertian serta pengakuan masyarakat, hubungan masyarakat merupakan usaha terencana oleh suatu organisasi untuk mempengaruhi sikap atau golongan. dimana perusahaan tidak harus berhubungan dengan

²⁰ Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), hal.263)



- 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

pelanggan, pemasok dan penyalur tetapi juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar.

Hubungan masyarakat berupaya untuk mempengaruhi publik untuk memberikan opini yang bersifat positif bagi organisasi. Disisi lain, hubungan masyarakat juga harus mengumpulkan informasi dari khalayak dan melaporkannya kepada manajemen jika informasi tersebut memiliki pengaruh terhadap keputusan manajemen . hubungan masyarakat juga bertanggung jawab menjelaskan tindakan perusahaan kepada khalayak yang berkepentingan dengan perusahaan. Hubungan masyarakat harus menjadi saluran arus bolak-balik antara organisasi dan perusahaan dengan khalayaknya. Program hubungan masyarakat antara lain mengadakan even ke masyarakat, hubungan dengan investor, pameran dan mensponsori beberapa acara.

Adapun salah satu kegiatan dari bagian hubungan masyarakat lainnya adalah mendorong publisitas. Publisitas berasal dari kata publicity (Bahasa Inggris) yang berarti informasi yang berasal dari sumber luar yang digunakan media massa karena informasi yang memiliki nilai berita. Publisitas adalah dorongan permintaan secara nonpribadi untuk suatu produk, jasa, atau ide dengan menggunakan berita komersial didalam media massa dan sponsor tidak dibebani bayaran secara langsung.

Publisitas merupakan kegiatan menempatkan berita mengenai seseorang, organisasi, atau perusahaan di media massa. Dengan kata lain



- 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.

publisitas adalah upaya agar kegiatannya diberitakan di media massa. Kegiatan promosi ini berbeda dengan ketiga promosi lainnya, karena tidak seluruhnya diawasi oleh perusahaan. Semua perusahaan berusaha menciptakan hubungan masyarakat yang baik, sehingga dapat menerima publisitas yang baik.

4 Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan kegiatan pemasaran selain periklanan, personal selling, maupun publisitas yang mendorong pembelian konsumen dan efektifitas pengecer. Kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi penjualan antara lain adalah peragaan, pertunjukan atau pemeran, demonstrasi atau peragaan.

Promosi penjualan pada umumnya dapat dibedakan menjadi dua bagian, yaitu promosi penjualan yang berorientasi pada konsumen dan promosi penjualan yang berorientasi pada pedagang. Promosi penjualan yang berorientasi pada konsumen ditujukan untuk pengguna atau pemakai akhir suatu barang atau jasa yang mencakup pemberian kupon, pemberian sampel produk, potongan harga, undian berhadiah dan lain sebagainya.

Promosi penjualan konsumen dapat dilakukan untuk mendapatkan orang bersedia mencoba produk baru, untuk meningkatkan volume penjualan, untuk mendorong pengguna baru, untuk menyaingi promosi yang dilakukan oleh pesaing dan untuk mempertahankan penjualan.

Sedangkan promosi penjualan yang berorientasi pada perdagangan ditujukan pada pihak-pihak yang menjadi perantara pemasaran. Yaitu



- 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

seperti pedagang pengecer, pedagang besar, dan distributor. Bentuk-bentuk promosinya antara lain berupa pemberian bantuan dana promosi, penyesuaian harga jual produk, kompetisi pedagang,, pemeran dagang dan lain sebagainya yang semuanya bertujuan untuk mempersiapkan stok dan mempromosikan produk tersebut.

Promosi penjualan pada kenyataannya paling sering digunakan untuk tujuan menarik pembeli, agar dapat menembus atau memasuki pasar baru dan agar mendapatkan langganan baru, dalam hal ini sifat yang terdapat pada promosi penjualan tersebut adalah sebagai berikut.

a. Insistent presence

Peralatan promosi penjualan selalu menarik perhatian, dan seringkali dapat mengubah kebiasaan lama konsumen, untuk kemudian menjuruskan perhatiannya pada produk yang dihasilkan perusahaan.

b. Produk demeaning

Jika peralatan promosi penjualan ini terlalu sering digunakan dan ceroboh dalam pemakaiannya, akan timbul keraguan konsumen, yang menganggap bahwa barang atau jasa yang dipromosikan tersebut kurang laku, kurang disenangi, belum dikenal, atau tidak akan di produksi lagi.

5 Pemasaran langsung

Direct marketing atau pemasaran langsung adalah upaya perusahaan atau organisasi untuk berkomunikasi secara langsung dengan



- 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 milik UIN Suska Riau

pelanggan sasaran dengan maksud untuk untuk menimbulkan tanggapan dan/atau transaksi penjualan.

Pemasaran langsung bukanlah sekedar kegiatan mengirim surat dan mengirim katalog perusahaan. Pemasaran langsung mencakup berbagai aktivitas termasuk pengelolaan database , penjualan langsung, telemarketing dan iklan tanggapan langsung melalui surat langsung kepada pelanggan /calon pelanggan atau melalui internet , media cetak dan penyiaran.

D. Tahap-tahap mengembangkan bauran promosi

Karena ada empat unsur bauran promosi yang berbeda, masing-masing dengan kekuatan dan kelemahan uniknya sendiri, sangatlah sulit untuk mengembangkan bauran promosi yang efektif, untuk membantu tugas ini, kebanyakan perusahaan mengikuti proses keputusan enam tahap, seperti berikut ini

1. Menetapkan tujuan promosi

Perusahaan yang telah melakukan kegiatan promosi tentunya memiliki tujuan-tujuan untuk memasarkan produknya, kemudian pihak perusahaan tinggal menentukan produk apakah yang akan dipasarkan , apakah produk tersebut merupakan produk produk baru atau produk lama yang diperbaharui, hal ini dilakukan agar strategi promosi yang digunakan tepat dan efektif sesuai dengan jenis produk yang akan dipasarkan. Misalnya produk yang akan dipasarkan merupakan produk baru serta menjangkau segmen pasar luas maka strategi promosi yang digunakan sebaiknya adalah 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.

2 Merancang pesan

Perubahan yang sederhana dalam kalimat iklan cetak diketahui meningkatkan penjualan untuk toko-toko eceran, toko-toko yang produknya bisa dipasarkan melalui mail-order, dan penjual yang menggunakan direct-mail. Setiap pesan yang melibatkan sponsor atau nama merk, yang dasarnya bersifat informatif. Dan setiap pesan secara langsung atau tidak langsung menganjurkan beberapa perubahan oleh pemirsa, yang pada dasarnya bersifat persuasif.

3 Memilih saluran promosi

Memilih saluran adalah proses tiga tahap, pertama, pemasar memutuskan unsur-unsur promosi mana yang akan digunakan. kedua, mereka memilih aktivitas-aktivitas spesifik dalam setiap unsur hal ini mencakup mempertimbangkan media massa seperti tv, radio, surat kabar, majalah, atau papan iklan. Ketiga, dalam setiap aktivitas mereka harus memutuskan sarana spesifik mana yang bisa digunakan.

4 Menyiapkan anggaran promosi

Ada sejumlah cara untuk menyiapkan anggaran promosi, sebagian besar bekerja dari atas kebawah. Misalnya, manajer mula-mula menentukan jumlah total dana yang akan dianggarkan kemudian mengalokasikannya beragam jumlah dari bauran komponen yang berbeda.

5 Memilih bauran promosi

Merancang bauran promosi merupakan hal yang paling rumit karena unsur-unsurnya berinteraksi. Contohnya, promosi penjualan



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.

konsumen (sayembara) sering memerlukan iklan untuk menginformasikan pada masyarakat tentang promosi itu.

Mengevaluasi hasil

Mengevaluasi hasil mencakup upaya menemukan apakah tujuan dari aktivitas promosi telah tercapai (biasanya melalui riset pemasaran).

Umroh

1. Pengertian umroh

Menurut bahasa umroh bermakna ziarah atau kunjungan, umroh juga bisa diartikan dengan menyengaja, dan menurut istilah umroh berarti ibadah yang mengharuskan tawaf, sya'I, mencukur habis memendekkan rambut dan ihram.²¹

Dilihat dari segi bahasa umroh berarti mengunjungi sedangkan mu'tamir berarti orang yang mengunjungi dan menuju pada sesuatu, sementara menurut syariat, umroh berarti mengunjungi masjidil haram pada waktu kapanpun selama setahun untuk menunaikan manasik khusus.

2. Hukum umroh

Para ulama berbeda pendapat mengenai hukum umroh, apakah wajib dilakukan hanya sekali seumur hidup atau hanya sunah

a. Pendapat pertama menyebutkan bahwa umroh hanya wajib dilakukan sekali seumur hidup. Ini dinyatakan mazhab syafi'i dan hambali, salah satu dalil yang menyebutkan bahwa umroh itu wajib adalah surah al-

²¹ Al-kahlawi Muhammad ablah, buku induk haji dan umroh untuk wanita (Jakarta: zaman, 2009) hal. 10



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Baqarah ayat 196. Penyebutan kata haji dan umroh ini berurutan yang menyebutkan bahwa hukum umroh itu sama dengan hukum haji, yakni wajib.

b. Pendapat kedua, menyatakan bahwa umroh hanya sunnah dikerjakan. Ini dinyatakan oleh mazhab maliki, hanafi, dan abu tsawr. Mereka melandaskan pendapat ini pada beberapa dalil, dan salah satunya firman Allah SWT dalam surah Al-Baqarah: mendudukkan ayat Al-Quran “sempurnakanlah ibadah haji dan umroh karena Allah, sebagai dalil wajibnya umroh adalah keliru, pasalnya objek yang diwajibkan disini ialah penyempurnaan haji dan umroh setelah ihram untuk keduanya dilakukan.

c. Syarat umroh

Adapun syarat-syarat wajib umroh sama dengan syarat-syarat wajib haji, yaitu

1. Beragama islam
2. Berakal sehat
3. Baligh, (yakni telah sampai umur sehingga dapat membedakan mana yang benar dan mana yang salah.
4. Merdeka
5. Bukan hamba sahaya
6. Kuasa atau mampu mengerjakan (istitha'ah)²²

²² Ahmad Abdul Madjid, *Seluk Beluk Ibadah Haji dan Umroh*, (Surabaya: Mutiara Ilmu, 2003) hal.23



- 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 milik UIN Suska Riau

d. Wajib umroh

Wajib umroh ada dua, yaitu ihram dari miqad dan menghadiri semua larangan-larangan ihram. Pada dasarnya sama dengan wajib haji menurut tiap-tiap mazhab kecuali wukuf, mabit, dan melontar jumrah karena hal ini hanya ada dalam haji.

Menurut ulama hanafiah wajib umroh ada dua, yaitu sya'I dan mencukur rambut, menurut malikiah tidak menggunakan baju berjahit dan menutup kepala bagi laki-laki dan talbiah. Menurut hanabilah ada dua, yaitu ihram dari miqad dan bercukur memotong rambut.

F. Promosi Dalam Islam

Sebagaimana diketahui bahwa pada zaman sekarang, untuk mempromosikan komoditi dagangan, seseorang banyak menggunakan sarana iklan yang memikat, baik yang disampaikan dalam bentuk tulisan, lisan, maupun gambar. Tidaklah mengherankan jika dijumpai banyak umat manusia yang dikelabui dengan model iklan atau promosi barang lainnya, lantaran promosi tersebut hanya bohong semata dan tidak terbukti dalam realita.²³

Disinformasi dalam promosi barang dagangan tidak hanya sampai di situ, para pengguna barang acapkali dirugikan karena barang tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan sebelumnya baik melalui media, tulisan

²³ Yusuf Qardhawi. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. (Jakarta:Gama Insani,1997) hal,176



- 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 label, atau langsung secara lisan. Bahkan, barang yang dipromosikan tersebut justru membahayakan jiwa para pengguna atau konsumen.

Sebagai agama yang notabene rahmat li al-'alamin tentunya tidak dapat membiarkan begitu saja tindakan yang mengandung unsur probabilitas yang mengarah pada risiko adanya tipuan atau gharar dalam jual beli. Hal ini karena kerelaan antara dua pihak yang berinteraksi dalam jual beli tersebut tidak dapat terwujud padahal Allah menyuruh adanya kerelaan dalam sebuah transaksi sebagaimana firman Allah Swt QS. An-Nisa Ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, melainkan dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu.*²⁴

Ayat ini menunjukkan bahwa Allah Swt mengharamkan untuk memakan harta dengan jalan batil, dan Allah memberi pengecualian atas kebolehan memakan harta hasil perniagaan yang didapatkan dengan jalan sukarela. Tidak diragukan lagi bahwa tindakan menipu baik secara lisan maupun perbuatan termasuk memakan harta dengan jalan batil karena di dalamnya tidak ada unsur kerelaan.

Nabi Muhammad Saw adalah seorang pedagang. Dengan ahklak yang sangat mulia, beliau berhasil meraih kekayaannya. Strategi

²⁴ Departemen Agama. *Al-Quran Hafalan Mudah*. Bandung : Cordoba, 2017) hal.83



- 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.

Promosi yang dilakukan Rasulullah Saw lebih menekankan pada hubungan dengan pelanggan yang dikenal dengan istilah saat ini Customer Relationship Management yang tidak hanya memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan tetapi juga memahami yang dipikirkan pelanggan.

Promosi yang sangat dianjurkan oleh Rasulullah adalah menjelaskan kepada konsumen dengan benar, tidak hanya keunggulannya saja yang dijelaskan akan tetapi kekurangan atau efek samping penggunaan produk juga harus dijelaskan. Jadi apabila dalam promosi disebutkan kekurangan, apabila manusia telah merasa nikmat dengan suatu produk maka tidak perlu diragukan lagi promosi akan sesuai dengan yang disyariatkan agama kita (Islam). Contoh lain yang telah dilakukan oleh Rasulullah adalah ketika beliau menawarkan pakaian, salah satu pakaian tersebut memiliki cacat, namun beliau dengan bijaksana memberitahukan kepada konsumennya dan menjual barang tersebut lebih murah dari yang lain. Salah satu contoh promosi yang dilarang oleh agama yaitu ketika konsumen membeli barang dan penjual menjelaskan kelebihan barang tersebut tanpa menjelaskan kekurangannya, dan penjual berani bersumpah pada saat menjelaskan kelebihan produk tersebut, padahal produk tersebut tidak berkualitas seperti yang dijanjikan.

Promosi dalam Islam diperbolehkan, asalkan dalam semua pelaksanaannya sesuai dengan akad, dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.

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

1. Prinsip dasar wirausaha dalam islam

Aturan dalam pengembangan harta juga tidak luput dari aturan islam. Prinsip kehalalan, manfaat, sukarela, kejelasan, keseimbangan, dan persaingan sehat adalah hal-hal pokok yang mesti diperhatikan oleh pebisnis dalam melakukan transaksi penjualan. Nabi Muhammad Saw telah memberikan beberapa kunci kesuksesan dalam berbisnis yaitu:

Pertama, Nabi Muhammad menjadikan kejujuran sebagai asas dalam sebuah bisnis. Tidak hanya kelebihan barangnya yang dijelaskan kepada konsumen tetapi juga kekurangan-kekurangannya (cacat). Takaran timbangan yang sangat adil.

Allah Swt menerangkan dalam QS Al-Muthaffifiin ayat 1-3

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: *Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang; (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurang.*²⁵

Yang dimaksud dengan orang-orang yang curang di sini ialah orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang. Yakni ingin menerima yang baik tanpa mau memberikan yang baik kepada orang lain, sifat egois inilah yang membuat manusia celaka dan harus menerima azab atas apa yang telah Ia perbuat. Dalam hal ini ialah orang-orang yang

²⁵ Dapertemen Agama. *Al-Quran dan Terjemahannya*. (semarang : PT.Toha Putra, 1996) hal. 476



- 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.

orang dalam melakukan perdagangan contohnya perusahaan yang mempromosikan barangnya melalui periklanan yang tidak jujur dan tidak transparan demi menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ia pasarkan. Ia pun dikenal sebagai Al-Amin yang pada akhirnya kepercayaan dari mitra bisnisnya tak lagi diragukan yang menjadi kunci dalam sebuah bisnis.

Kedua, melayani dengan sepenuh hati. Selain jujur, pelayanan yang baik juga menjadi kunci kesuksesan Rasulullah. Ia pun memperlakukan istimewa kepada semua orang. Ia sangat ramah dan murah hati kepada pembeli. Akhirnya semua pembeli merasa senang dan sangat merasa terhormat jika berinteraksi dengan Nabi Muhammad Saw.

Ketiga, memenuhi janji. Dalam berbisnis, Nabi Muhammad selalu tepat janji. Baik janji antar pribadi, antar kelompok maupun antar Negara. Hal itu sebagai bentuk akhlak Al-qur'an yang menganjurkan untuk selalu menepati janji.

Keempat, tidak ada sumpah palsu. Sumpah palsu adalah fenomena yang sering kita jumpai dalam promosi. Penjual kadang bersumpah demi meyakinkan pembeli. Hal ini tentu tidak sejalur dengan cara dagang Rasulullah Saw. Ia tidak pernah sumpah demi menarik perhatian dan kepercayaan orang lain.

Kelima, ada unsur sosialnya. Hal yang menarik dan berbeda dari dagangan Rasulullah adalah bisnis yang tidak hanya sekedar mencari keuntungan secara materi semata tapi lebih dari pada itu, Rasulullah



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.

dan jangan mengedepankan unsur sosial. Dalam hal ini tidak terlalu menonjolkan keuntungan secara materi, tapi juga mengedepankan prinsip saling tolong menolong.

Keenam, tidak memonopoli perdagangan. Salah satu yang selalu menjadi perhatian Rasulullah Saw adalah melarang para pedagang memonopoli perdagangan. Monopoli dalam perdagangan secara otomatis berdampak pada permainan harga. Pembeli juga terkadang merasa terpaksa membeli barang yang ia butuhkan dengan harga yang tinggi karena tidak ada barang yang lain. Tentu kondisi semacam ini sangat bertolak belakang dengan prinsip dasar dagang Rasulullah Saw. yaitu saling suka sama suka, tidak ada unsur paksaan dan terpaksa.²⁶

2. Nilai-nilai keislaman dapat dijadikan pedoman dalam promosi
 - a. Sincerity (Tulus/Ikhlas)

Dalam hal ini promosi harus didasarkan atas niat yang baik dan tidak ada itikad buruk terhadap yang lain. Tidak diperbolehkan mempromosikan produk barang atau jasa dengan merendahkan produk lainnya. Islam tidak hanya menekankan agar memberikan timbangan dan ukuran yang penuh tapi juga dalam menimbulkan itikad baik dalam transaksi bisnis, karena hal ini dianggap sebagai hakikat bisnis.

- b. Honesty (Kejujuran)

Dalam berpromosi informasi yang dipaparkan harus sesuai dengan spesifikasi produk itu sendiri dan tidak boleh

²⁶ Juhanis, *Manajemen Kewirausahaan Islam*. (Makassar : Alauddin University Press, 2014) hal.136



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

menyelewengkan informasi tentang suatu produk. Jujur merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang-orang yang beriman. Diantara nilai transaksi yang terpenting adalah kejujuran.

c. Meaningful (Promosi yang bermakna)

Pesan yang disampaikan harus mempunyai nilai pendidikan kepada masyarakat. Termasuk di dalamnya tidak boleh membuat iklan mengeksploitasi tubuh wanita agar iklan tersebut menarik di mata konsumen terutama kaum pria, sehingga mereka tertarik untuk membelinya.

d. Accountability (Tanggung jawab/Amanah)

Bertanggung jawab terhadap apa yang dipromosikan dan menepati janji yang diberikan dalam sebuah promosi. Amanah adalah sifat terpuji yang merupakan salah satu moralitas kemandirian.²⁷

3. Kegiatan promosi yang dilarang dalam islam

Tujuan promosi antara lain untuk meningkatkan penjualan produk. Umumnya dalam melakukan kegiatan promosinya, pihak yang berpromosi akan memuji produknya setinggi langit, mengemukakan keunggulan produk yang dijualnya, tetapi menutupi kelemahannya. Bila pihak yang berpromosi mengemukakan keunggulan produknya memang sesuai dengan kenyataannya adalah hal yang wajar. Tetapi betapa tidak

²⁷ Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*.(Bandung: PT. Mizan Pustaka. 2008) hal. 102



- 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.

baiknya apabila pihak yang berpromosi memuji-muji produknya padahal kualitasnya tidak sebaik yang diutarakannya. Dalam ajaran Islam kegiatan seperti ini sangat dicela.

Dalam melakukan kegiatan promosi ada berbagai macam cara yang ditempuh, antara lain dengan periklanan. Kegiatan periklanan dapat dilakukan melalui berbagai media, yaitu televisi, radio, Koran, majalah dan internet. Terlepas dari media yang digunakan, semua bentuk iklan selalu menekankan plus point, berupa kelebihan atau keistimewaan barang dagangannya. Tetapi harus diingat bahwa dalam ilmu pemasaran ada suatu prinsip yang tidak boleh diabaikan yaitu truth in advertising, artinya iklan, reklame, pujian terhadap produk sendiri, tidak boleh berlebihan dan membohongi calon pembeli.

Beberapa hal yang dilarang Islam dalam kegiatan promosi antara lain:

- a. Sumpah palsu

Dalam kehidupan sehari-hari sering pula kita jumpai orang yang berpromosi dengan menggunakan sumpah palsu dan testimoni palsu dan bentuk sumpah lainnya dengan tujuan agar produknya dan dagangannya laku terjual. Rasulullah Saw melarang banyak sumpah dalam jual-beli. Dalam sebuah hadis Rasulullah memberikan ancaman sebagai berikut “Dari Abi qatadah ra sungguh dia telah mendengar Rasulullah saw bersabda, jauhkanlah oleh kamu berjual beli dengan banyak sumpah, karena perbuatan semacam itu berarti berbuat nifaq, kemudian akan dihapuskan berkahnya.” (HR.Muslim)



- 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

b. Penawaran dan pengakuan fiktif

Dalam hal ini seorang penjual memberikan keterangan kepada calon pembeli seolah-olah barang dagangan sudah ditawarkan oleh banyak calon pembeli, tidak lupa disertakan pula harga penawaran dari para calon pembeli tersebut. Padahal semuanya itu hanya fiktif belaka. Seorang penjual berbuat demikian untuk menarik minat calon pembeli tersebut.

c. Iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan

Iklan seperti ini mengungkapkan fungsi dan keunggulan produk yang tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Rasulullah mencela kegiatan jual-beli yang disertai dengan kebohongan.

d. Eksploitasi wanita

Islam adalah agama yang sangat menjaga kehormatan seorang wanita. Dalam ajaran Islam ada akhlak dalam memperlakukan wanita sebagaimana mestinya. Wanita sangat dilarang untuk menunjukkan auratnya kepada orang lain kecuali kepada suaminya ataupun muhrimnya. Oleh karena itu mengeksploitasi aurat wanita dalam sebuah iklan sangatlah dilarang dalam islam karena dapat merusak tatanan sosial masyarakat yang ada

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.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang strategi paket ibadah umroh dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah umroh pada PT. Penjuru Wisata Negeri maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut

1. Kegiatan bauran promosi yang dilakukan PT. Penjuru Wisata Negeri berupa, periklanan, penjualan perorangan atau personal selling, hubungan masyarakat dan publisitas, promosi penjualan, dan penjualan langsung. Kegiatan promosi sangat berperan dalam menyebar luaskan infotmasi tentang paket ibadah pada PT. Penjuru Wisata Negeri sehingga dengan cepat pesan sampai ke konsumen melalui bauran promosi, selain itu promosi berperan sebagai pengingat, konsumen akan terus mengingat produk perusahaan jika promosi terus dilakukan.

Jumlah jamaah pada PT. Penjuru Wisata Negeri setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan terlihat dari data tahun 2016-2018. Peningkatan jamaah terus mengalami peningkatan karena PT. Penjuru Wisata Negeri semakin mengembangkan dan gencar dalam mempromosikan PT. Penjuru Wisata Negeri. yang paling berpengaruh besar terhadap peningkatan jumlah jamaah yaitu melalui kerjasama dengan dukungan para ustadz untuk memberikan informasi atau ajakan kepada jamaahnya untuk menggunakan jasa layanan umroh pada 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. PT. Penjuru Wisata Negeri melakukan bauran promosi sudah sesuai dengan prinsip islam karena PT. Penjuru Wisata Negeri saat melakukan kegiatan promosi selalu jujur, tidak pernah mengobral sumpah dalam beriklan atau berpromosi. PT. Penjuru Wisata Negeri selalu Menjaga dan memenuhi akad dan janji serta kesepakatan kedua belah pihak, tidak pernah berpromosi palsu yang bertujuan menarik perhatian.

B. Saran

1. Bagi PT. Penjuru Wisata Negeri karena banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang penyelenggaraan umroh, maka diharapkan kepada PT. Penjuru Wisata Negeri agar lebih mengembangkan bauran promosi agar jumlah jamaah pada PT. Penjuru Wisata Negeri terus meningkat.
2. PT. Penjuru Wisata Negeri pekanbaru diharapkan selalu menjaga nilai-nilai syariah dalam melaksanakan kegiatan promosi agar bisa menjalankan bisnis sesuai dengan yang diharapkan dan selalu mendapatkan keberkahan.



DAFTAR PUSTAKA

- © Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Al-balah Al-kahlawi Muhammad. 2009. *buku induk haji dan umroh untuk wanita*. Jakarta: zaman.
- Al-mimi Muhammad. 2004. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE.
- Assauri. Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Departemen Agama. 2017. *Al-Quran Hafalan Mudah*. Bandung : Cordoba.
- Departemen Agama. 1996. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Semarang : PT. Toha Putra
- Hasan Burhan. 1998. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Hasan. M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Juhanis. 2014. *Manajemen Kewirausahaan Islam*. Makassar : Alauddin University Press.
- Kartajaya. 2008. *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Kolter. Philip. 1995. *dasar-dasar pemasaran*. Jakarta : intermedia.
- Lerreche. 2000. *manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- M. Sofjan Assauri. 2004. *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep & Strategi*. Jakarta : PT Raja Grafindo
- Madjid. Ahmad abdul. 2003. *Seluk Beluk Ibadah Haji dan Umroh*. Surabaya: Mutiara Ilmu.
- Madjid. Ahmad abdul. 2003. *Seluk Beluk Ibadah Haji dan Umroh*. Surabaya: Mutiara Ilmu.
- Marhani. Oci yonita. 2012. *Manajemen Bisnis Modern ala Nabi Muhammad*. Bandung: Al- Magfiroh.
- Mustafa Ahmad. 2001. *The Furture of Economics An Islamic Perspektif* . Jakarta :Asy Syaamil Press & Grafika.
- Nawawi. Hadari. 2000. *Manajemen Strategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*. Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press.



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

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

Aul. Peter. 1996. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta PT INC.

Barnana.Lingga. 2001. *Strategic Marketing Plan*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.

ardhawi. Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta:Gama Insani.

Rahmad ramadhan,2020. *wawancara*.pekanbaru. pekanbaru 15 April.

Rangkuti. Freddy.2009, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

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

Suhartimi. Arikunto. 2013. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Suntoyo Danang.2013. *Teori kuisisioner& Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Swastha.Basu. 2002. *Azas-Azas Marketing*.Yogyakarta: Liberty.

Swastha.Basu.manajemen pemasaran modern. 2005.Yogyakarta:Liberty

Umar. Husein. 2009. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Rajawali Pers.

W. Cravens. David. 1994. *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga.

Eko Wahyudi.2020. *wawancara*. pekanbaru: 20 April 2020.

Rahmad ramadhan.2020. *wawancara*. pekanbaru: 20 April

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.

PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah pada PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru di Tinjau dari Ekonomi Islam”, yang ditulis oleh:

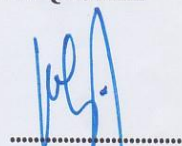
Nama : Eka susilawati
NIM : 11625204232
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

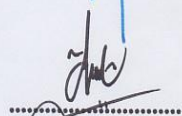
Pekanbaru, 10 Agustus 2020

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Wahidin, M.Ag



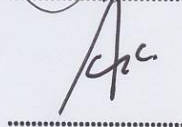
Sekretaris
Nuryanti, S.El ME.Sy



Penguji I
Dr. H. Suhayib, M.A



Penguji II
Dr. Amrul Muzan, MA



Mengetahui :
Kepala Bagian Akademik Kemahasiswaan dan Alumni
Fakultas Syariah dan Hukum



Jalmus, S.Ag
NIP. 19750801 200701 1 023



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru- Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

Hp. 081275158167 - 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : EKA SUSILAWATI
NIM : 11625204232
Jurusan : EKONOMI SYARIAH
Judul : STRATEGI PROMOSI PAKET IBADAH UMROH DALAM
UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH PADA PT.
PENJURU WISATA NEGERI PEKANBARU DITINJAU
DARI EKONOMI ISLAM

Pembimbing : Afrizal Ahmad, M.Sy

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 8 September 2020

Pimpinan Redaksi,



M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL

NIP. 19880430 201903 1 010

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



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون
FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.I/PP.01.1/4956/2020
Sifat : Penting
Lamp. : -
Hal : *Pembimbing Skripsi*

Pekanbaru, 28 Juli 2020

Kepada
Yth. Aprizal Ahmad, M.Sy
Dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Pekanbaru

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Bersama ini kami minta kesediaan Saudara untuk membimbing mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dalam menyusun Skripsi :

Nama : Eka Susilawati
NIM : 11625204232
Jurusan : Ekonomi Syariah S1

Kepada Saudara diharapkan membimbing metodologi dan materi skripsi. Sebagai bahannya kami kirimkan proposal penelitian dimaksud dengan judul : "Strategi promosi pakej ibadah umroh dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah pada PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru di Tinjau dari Ekonomi Islam"

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Dekan



Dr. Drs. Heri Sunandar, Mcl
NIP. 19660803 199303 1 004

Tembusan:
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

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

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/947/2020
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 17 Februari 2020

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : Eka Susilawati
NIM : 11625204232
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : VIII (Delapan)
Lokasi : PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru. Jl. Soekarno hatta

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul :Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah Umroh pada PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru ditinjau dari Ekonomi Islam

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksanya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.



Rektor
Dekan
Dr. H. Hajar., M.Ag
NIP. 19580712 198603 1 005

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau

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

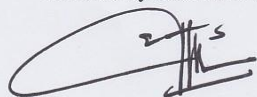
**PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Proposal dengan judul Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah Umroh pada PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru ditinjau dari Ekonomi Islam

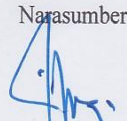
Nama : Eka Susilawati
NIM : 11625204232
Program Studi : Ekonomi Syariah
Diseminarkan pada : 13 Desember 2019
Hari / Tanggal : Jumat, 13 Desember 2019
Narasumber : Mawardi S.Ag, M.Si

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kepala subbagian Adm. Umum dan Keuangan
Fakultas Syariah dan Ilmu hukum
Pekanbaru, 04 Februari 2020
Narasumber



Eri SURIANTO, SH.I
NIP. 196702181993031006



Mawardi S.Ag, M.Si
NIP.197108091999031004

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



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISSET/30988
TENTANG



1.04.02.01

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISSET/PRA RISSET
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F./PP.00.9/947/2020 Tanggal 17 Februari 2020, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

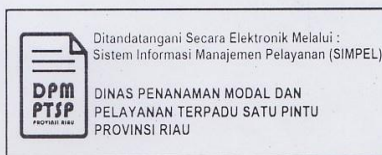
1. Nama : EKA SUSILAWATI
2. NIM / KTP : 11625204232
3. Program Studi : EKONOMI SYARIAH
4. Jenjang : S1
5. Alamat : PEKANBARU
6. Judul Penelitian : STRATEGI PROMOSI PAKET IBADAH UMROH DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH UMROH PADA PT. PENJURU WISATA NEGERI PEKANBARU DI TINJAU DARI EKONOMI ISLAM
7. Lokasi Penelitian : PT. PENJURU WISATA NEGERI PEKANBARU

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 17 Februari 2020



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

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



RIWAYAT PENULIS

Eka Susilawati, telah lahir di Sokoi, 27 Oktober 1997, anak dari pasangan Ayahanda Disok dan Ibunda Rabanang. Penulis merupakan anak terakhir dari 5 bersaudara, yaitu Yanti, Mulyati, Suri Yanti dan Sukma Wati.

Pada tahun 2004 penulis masuk di SDN 014 Sokoi dan lulus pada tahun 2010. Kemudian melanjutkan sekolah tingkat pertama pada tahun yang sama di SMPN 3 Kuala Kampar dan lulus pada tahun 2013. Selanjutnya di tahun yang sama masuk pada sekolah menengah akhir di SMAN 3 Kundur dan lulus pada tahun 2016.

Pada tahun 2016 melalui jalur ujian Mandiri diterima menjadi mahasiswa pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bulan Februari sampai Maret 2019 penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Penjuru Wisata Negeri. Pada bulan Juli sampai Agustus 2019 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Labuhan bilik, Kecamatan Teluk Meranti, Kabupaten Pelalawan.

Akhirnya tepat pada hari Senin tanggal 10 Agustus 2020 di Munaqasahkan dalam sidang Panitia Ujian Sarjana (S1) Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan dinyatakan LULUS dan berhak menyandang gelas Sarjana Ekonomi (SE) dengan predikat Sangat Memuaskan.

MOTTO

semua impian kita bisa terwujud jika kita memiliki keberanian untuk mengejanya”