

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.

**STRATEGI PEMASARAN JASA HIBURAN DAN REKREASI
TAMAN SATWA KASANG KULIM ZOO MENURUT
PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah
Pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*



UIN SUSKA RIAU

OLEH:

ROMATUA LUBIS

NIM: 11625104359

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU-PEKANBARU**

1442 H/ 2021 M



PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN JASA HIBURAN DAN REKREASI TAMAN SATWA KASANG KULIM ZOO MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI-SYARIAH”** yang ditulis oleh

Nama : ROMATUA LUBIS

Nim : 11625104359

Program Studi : Ekonomi Syariah

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

Pembimbing Skripsi

Dr. Wahidin, S.Ag, M.Ag
NIP. 19710813 199703 1 003

UIN SUSKA RIAU

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



Hak 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.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Jasa Hiburan dan Rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim Zoo Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”** yang ditulis oleh:

Nama : Romatua Lubis
 NIM : 11625104359
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Rabu, 03 Februari 2021
 Waktu : 08.00 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, 08 Februari 2021

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

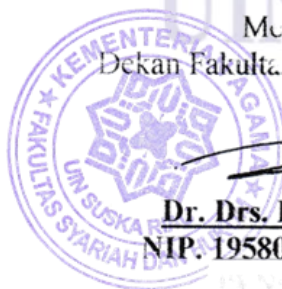
Ketua
Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL

Sekretaris
Yuni Harlina, M.Sy

Penguji I
Roz Andriani, ME

Penguji II
Dr. Nurnasrina, SE, M.Si

Mengetahui :
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



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



ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Strategi Pemasaran Jasa Hiburan dan Rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim Zoo Mennurut Perspektif Ekonomi Syariah”

Latar belakang dari penelitian ini adalah karena hasil pengamatan penulis tentang adanya jasa hiburan yang di promosikan melalui iklan, namun jasa hiburan itu tidak ada di lokasi. Lokasi penelitian adalah di Taman Satwa Kasang Kulim Zoo Jl. Kubang Jaya, Siak Hulu Kabupaten Kampar. Adapun yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah : Bagaimana Strategi Pemasaran Jasa Hiburan dan Rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim Zoo, dan Bagaimana Strategi Pemasaran Jasa Hiburan dan Rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim Zoo dalam tinjauan Ekonomi Syariah.

Penelitian merupakan penelitian lapangan yang berlokasi di Taman Satwa Kasang Kulim Zoo yang beralamatkan di jalan Kubang Jaya Siak Hulu, Kampar. Adapun metode pengumpulan data adalah Observasi, Wawancara, Angket, Dokumentasi dan menganalisa buku-buku yang berkaitan dengan penelitian. Data penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari pengelola dan karyawan Taman Satwa Kasang Kulim Zoo. Dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari berbagai lineatur yang ada serta dari berbagai informasi yang berkaitan dengan judul yang diteliti. Kemudian dianalisa menggunakan analisa Deskriptif kualitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 1 orang pimpinan, 20 karyawan dan 500 orang pengunjung, sampelnya 71 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran jasa hiburan yang dijalankan oleh Pengelola Taman Satwa Kasang Kulim adalah sebagai berikut: Pertama, strategi produk adalah memberikan variasi produk agar pengunjung tertarik untuk mencobanya dan memberikan jasa hiburan gratis. Kedua, melakukan strategi harga atau kebijakan harga, dimana pihak manajemen menetapkan harga yang bisa dijangkau oleh saku pengunjung. Ketiga, Melakukan strategi promosi yang mana strategi ini masih terdapat beberapa kesalahan yang membuat pengunjung merasa sedikit kecewa. Adapun menurut Ekonomi Syariah strategi pemasaran jasa hiburan yang dijalankan oleh Taman Satwa Kasang Kulim telah sesuai dengan prinsip dan ajaran Islam, akan tetapi masih terdapat beberapa hal yang tidak sesuai dengan prinsip dan ajaran Islam.

Kata Kunci: Strategi – Pemasaran Jasa – Ekonomi Syariah

- 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. 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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wata'ala, Rabb bagi semesta alam yang telah menciptakan langit dan bumi beserta isinya. Dan rasa syukur tidak henti-hentinya penulis persembahkan kehadiran-Nya yang telah memberikan berbagai karunia, kenikmatan, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul: **“Strategi Pemasaran Jasa Hiburan dan Rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim Zoo Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”**

Shalawat dan Salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wasallam. Mudah-mudahan kita termasuk umat yang mendapat Syafaat-Nya di Yaumul Akhir kelak. Aamiin.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini banyak sekali bantuan, perhatian, bimbingan, motivasi, saran dan pemikiran dari berbagai pihak yang penulis dapatkan, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga terutama pada

1. Orangtua dan keluarga tercinta yang senantiasa mendo'akan, memotivasi dan mengharapkan keberhasilan serta kebahagiaan, sekaligus dukungan moril maupun material serta memberi semangat kepada penulis yakni Ayahanda Muhammad Nasir Lubis dan Ibunda Duma Sari Hasibuan, beserta saudara kandung penulis yakni saudara Abdul Rahim Lubis, Muhammad Najamuddin Lubis, Muhammad Saroha Lubis S.Ip, M.Si, Ahmad Mas'ud Marito Lubis



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

1. S.Kom, Muhammad Zuhdan Farhan Lubis, Nur Khoiriah Lubis, Muhammad Hasanuddin Lubis, Subur Lubis, dan seluruh keluarga besar lainnya.
2. Bapak Prof. Dr. Suyitno, M.Ag selaku Plt Rektor UIN SUSKA RIAU dan seluruh jajaran Akademika UIN SUSKA RIAU.
3. Bapak Dr. Drs. H. Hajar Hasan, M.Ag sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Hukum serta Bapak Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL, sebagai wakil dekan I, Bapak Dr. Wahidin, S.Ag, M.Ag sebagai wakil dekan II, dan Bapak Dr. H. Magfirah, MA sebagai wakil dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan Skripsi.
4. Bapak Dr. Syahfawi, S.Ag, M.Sh dan Bapak Syamsuarizal S.E, M.Sc.Ak, sebagai ketua jurusan dan sekretaris jurusan Ekonomi Syariah, serta Bapak Ibu dosen dan karyawan Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan nasihat-nasihat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.
5. Bapak Dr. Wahidin, S.Ag, M.Ag, selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, memperbaiki dan menyempurnakan materi dan sistematika penulisan dan telah mengorbankan waktunya kepada penulis dalam penyelesaian Skripsi ini.
6. Bapak Muhammad Abdi Al-Maktsur, M.Ag, selaku Pembimbing Akademik yang memberikan nasihat selama perkuliahan.
7. Kepada Bapak Ibu Pengelola Perpustakaan Fakultas Syariah dan Hukum serta Pengelola Perpustakaan UIN Suska Riau, terimakasih atas peminjaman buku sebagai referensi bagi penulis.



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.

8. Bapak Boy, Desrizal dan Ibu Agustina sebagai Tim inti pengelola Taman Satwa Kasang Kulim yang telah membantu penulis dalam hal penyelesaian Skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah lokal B terkhusus saudara Sukron Lubis SE yang telah memberikan bantuan berupa motivasi, keceriaan, kebersamaan, berbagai sarana dan solusi sehingga terselesainya Skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan. Semoga Do'a, motivasi, dan semangat yang telah diberikan semua pihak kepada penulis mendapatkan balasan pahala yang berlipat dari Allah Subhanahu Wata'ala. Aamiin...

Penulis,

Romatua Lubis
11625104359

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.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	10
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
E. Metode Penelitian	11
F. Sistematika Penulisan	14
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan	16
B. Strukur Organisasi Perusahaan	18
C. Aktivitas Perusahaan	21
D. Produk-produk Jasa Hiburan	22
E. Visi dan Misi.....	26
BAB III TINJAUAN TEORITIS	
A. Pengertian Pemasaran.....	27
B. Strategi Pemasaran.....	28
C. Strategi Produk	33
D. Strategi Harga	34
E. Promosi	36
F. Persaingan.....	38
G. Pemasaran Menurut Ekonomi Syariah	38



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 IV PENYAJIAN DATA DAN HASIL PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaraan Jasa Hiburan dan Rekreasi Taman Satwa Kasang	
Kulim.....	43
1. Strategi Produk.....	43
2. Strategi Harga.....	46
3. Strategi Promosi.....	53
B. Strategi Pemasaraan Jasa Hiburan dan Rekreasi Taman Satwa Kasang	
Kulim Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.....	54
1. Bebas Dari Unsur Riba.....	55
2. Suka Sama Suka (Tidak Ada Paksaan).....	55
3. Terbebas Dari Tipu Daya.....	56
4. Terbebas Dari Nazsy (Promosi Palsu).....	56

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1	Jenis dan Macam Satwa yang Ada di Taman Satwa Kasang Kulim.....	6
Tabel II. 1	Produk Jasa Hiburan dan Satwa yang Ada Di Taman Satwa Kasang Kulim.....	23
Tabel IV. 1	Jenis dan Macam Satwa yang Ada di Taman Satwa Kasang Kulim.....	44
Tabel IV. 2	Jenis Jasa Hiburan yang Ada di Taman Satwa Kasang Kulim.....	46
Tabel IV. 3	Daftar Harga/Tarif Masuk ke Taman Satwa Kasang Kulim..	47
Tabel IV. 4	Daftar Diskon Harga/Tarif Masuk ke Taman Satwa Kasang Kulim.....	48
Tabel IV. 5	Daftar Harga/Tarif Produk Jasa Hiburan yang Ada di Taman Satwa Kasang Kulim.....	49
Tabel IV. 6	Tanggapan Responden Terhadap Harga/Tarif Jasa Hiburan yang Ada di Taman Satwa Kasang Kulim	50
Tabel IV. 7	Tanggapan Responden Terhadap Keamanan Lingkungan Taman Satwa Kasang Kulim.....	51
Tabel IV. 8	Tanggapan Responden Terhadap Kebersihan di Lingkungan Jasa Hiburan Taman Satwa Kasang Kulim.....	52
Tabel IV. 9	Tanggapan Responden Terhadap Keindahan Nuansa Alam di Lingkungan Taman Satwa Kasang Kulim	53

**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

Pada kehidupan manusia sehari-hari, manusia tidak hanya hidup dengan mengandalkan satu kebutuhan saja, karena pada dasarnya sifat manusia itu adalah tidak pernah puas atas apa yang telah mereka dapatkan. Adapun kebutuhan itu sendiri terdiri dari dua macam yaitu ada yang bersifat jasmani dan ada pula yang bersifat rohani. Dimana kebutuhan jasmani itu bersifat fisik yang akan dipenuhi dengan kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Untuk memenuhi kebutuhan rohani, maka manusia membutuhkan tempat rekreasi atau tempat hiburan yang bisa membuat pikiran bisa fresh kembali.

Taman Satwa Kasang Kulim adalah perusahaan keluarga yang bergerak dalam bidang jasa hiburan ataupun tempat rekreasi dengan nuansa yang alami. Dalam kegiatan sehari-harinya Taman Satwa Kasang Kulim memberikan pelayanan jasa kepada pengunjungnya sebagai pengguna jasa hiburan dan rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim. Dalam meningkatkan jumlah laba yang besar maka Taman Satwa Kasang Kulim membutuhkan pengunjung yang banyak pula, dalam meningkatkan jumlah pengunjung maka Kebun Binatang Kasang Kulim membutuhkan strategi untuk memasarkan produknya kepada masyarakat agar mereka mau berkunjung ke Taman Satwa Kasang Kulim, hal ini disebut dengan strategi pemasaran.

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 melakukan kegiatan pemasaran perusahaan tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Ada beberapa tujuan perusahaan melakukan pemasaran yaitu,

1. Memenuhi kebutuhan akan produk ataupun suatu jasa.
2. Memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk dan jasa.
3. Memberikan kepuasan maksimal terhadap pelanggannya.
4. Meningkatkan penjualan atau laba.
5. Ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing¹.

Untuk memenuhi kebutuhan rohani manusia, yaitu kebutuhan akan rekreasi, melepaskan rasa lelah dan stres setelah kerja selama sepekan, atau sebagai arena tempat berkumpul bagi keluarga untuk bersantai. Taman Satwa Kasang Kulim yang berada di Jalan Kubang Jaya Kabupaten Kampar, Provinsi Riau menjadi salah satu pilihan tempat wisata keluarga saat hari lebaran. Tempat ini selalu ramai dikunjungi saat momen lebaran, masyarakat dari berbagai daerah di Provinsi Riau berbondong-bondong mendatangi tempat ini. Akan tetapi yang menjadi keluhan masyarakat adalah akses jalan untuk ke Kasang Kulim, yaitu belum adanya akses untuk angkutan umum. “*Selama ini complain masyarakat tidak ada angkutan umum sampai ke kebun binatang ini, mudah mudahan kedepan bisa menjadi perhatian pemerintah.*” Ungkap salah seorang pegawai Kasang Kulim saat diwawancarai².

¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), cet. 3, h.

² Amirda, (Pegawas Kasang Kulim Zoo), *Wawancara* tgl 30 Januari 2020.



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.

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

Demikian juga jasa hiburan dan rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim yang setiap tahunnya menetapkan target penjualan jasa hiburannya pada pengunjung dengan menetapkan harga tiket masuk maupun jasa-jasa lainnya terhadap fasilitas yang ada yang tentunya harus dicapai oleh pemilik jasa hiburan ini. Maka dalam pencapaian target usaha jasa hiburan ini harus menentukan strategi pemasaran yang lebih bagus agar mencapai target keuntungan³. Dalam usaha untuk memberikan kepuasan kepada pembeli dan masyarakat yang lain dalam pertukaran untuk memperoleh sejumlah laba, perusahaan harus melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran sehingga posisi perusahaan dapat dipertahankan dan ditingkatkan.

Pada dasarnya strategi pemasaran merupakan rencana menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan pedoman tentang

³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), cet, 1, h. 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.

Kegiatan apa yang akan dijalankan di dalam mencapai tujuan perusahaan. Meskipun beberapa perusahaan mempunyai tujuan yang sama, namun strategi yang ditempuh berbeda-beda. Kemampuan untuk merumuskan strategi untuk menerapkannya melalui sistem dan sumber-sumber yang ada merupakan suatu keharusan bagi perusahaan jika ingin menguasai pasar, efektivitas dan efisiensi juga menjadi kata kunci yang penting bagi strategi pemasaran⁴.

Taman Satwa Kasang Kulim Zoo merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa hiburan yang berlokasi di Jalan Kubang Raya Kabupaten Kampar yang luas daerahnya adalah 14 Hektar. Taman Satwa Kasang Kulim merupakan perusahaan keluarga yang bergerak dalam bidang Satwa. Taman Satwa Kasang Kulim ini dibuka pertama kalinya pada tahun 1991 yang mana pada masa itu masih di Pimpin oleh pemiliknya bernama bapak H. Usman, dan pada tahun 1993 resmi dibuka untuk umum. Setelah meninggalnya bapak H Usman kemudian dilanjutkan oleh putrinya yaitu Ibu Agustina⁵.

Taman Satwa Kasang Kulim merupakan suatu perusahaan yang menjual produk jasa hiburan, oleh karenanya pihak pengelola Taman Satwa Kasang Kulim senantiasa memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada para konsumen, terutama kepuasan terhadap pelayanan yang dibutuhkan pelanggan. Sehubungan dengan ini Taman Satwa Kasang Kulim telah melaksanakan kegiatan sehari-harinya yaitu melaksanakan tugas untuk melayani pengunjung yang datang atau yang menggunakan jasa hiburan yang ada di Taman Satwa Kasang Kulim.

⁴ Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Cv.Intermedia, 2000), h. 365

⁵ Boy, (Asisten Pimpinan Kasang Kulim Zoo), *Wawancara* tgl 6 Januari 2020.



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.

Pimpinan unit Taman Satwa Kasang Kulim melakukan tugasnya yaitu mengkoordinasikan semua aktivitas yang ada dalam unit Taman Satwa Kasang Kulim serta membuat rencana kegiatan dan pendapatan usaha. Bagian administrasi mengawasi dan bertanggung jawab terhadap segala yang menyangkut administrasi Taman Satwa Kasang Kulim, bagian keuangan mengelola keuangan perusahaan, baik penerimaan uang masuk, menyimpan uang dan mengeluarkan uang untuk transaksi perusahaan.

Bagian operasional yaitu mengawal seluruh kegiatan yang dijalankan. Bagian keamanan menjaga keamanan lingkungan Taman Satwa Kasang Kulim. Bagian tiket masuk menjalankan kegiatan penjualan tiket masuk dan menghitung serta mencatat jumlah pembelian tiket. Bagian kebersihan membersihkan semua lingkungan Taman Satwa Kasang Kulim. Bagian kantin mengelola kantin yang menyediakan makanan bagi para pengunjung yang ingin membeli makanan di Taman Satwa Kasang Kulim. Bagian permainan menjaga dan mengawasi setiap pengunjung yang menggunakan permainan di Taman Satwa Kasang Kulim. Selain itu pimpinan Taman Satwa Kasang Kulim selalu mengadakan rapat atau breafing dua kali sebulan sebelum menjelang event.

Usaha jasa sangat erat hubungannya dengan fasilitas dan pelayanan, namun dalam hal ini Taman Satwa Kasang Kulim juga telah melakukan pengembangan produknya yaitu dengan menambah jumlah hewan, meningkatkan pelayanan dan menambah sarana pendukung lainnya. Dengan berbagai macam hewan yang lebih menarik serta ditunjang dengan nuansa

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.

alam yang indah dan alami maka tempat ini diharapkan menjadi tempat liburan yang nyaman dan aman juga bagi pengunjung, serta dapat meningkatkan jumlah produk jasa hiburan agar dapat menarik pengunjung lebih banyak lagi. Untuk lebih jelasnya jenis dan macam satwa dapat kita lihat pada tabel berikut:

TABEL I. 1
Jenis dan macam satwa yang ada di Taman Satwa Kasang Kulim

No	Satwa	Jumlah
1	Gajah	2
2	Ular	2
3	Elang	7
4	Singa	6
5	Kakak tua	10
6	Buaya	5
7	Bangau	3
8	Kura kura	10
9	Macan	1
10	Rusa	4
11	Beruang	6
12	Kuda	5
13	Kasuari	3
14	Otang utan	2
15	Ungko	5
16	Kuda Nil	1
17	Cendrawasih	5
18	Rangkong	3
19	Binturong	2
20	Merak	2

Sumber : *Observasi Taman Satwa Kasang Kulim*

Jika dilihat tabel tersebut di atas bahwa Taman Satwa Kasang Kulim mempunyai ragam banyak satwa produk jasa hiburan yang diciptakan untuk memberikan variasi produk agar pengunjung tidak merasa bosan terhadap kegiatan yang ada di Taman Satwa Kasang Kulim. Disamping itu, Taman Satwa Kasang Kulim juga memberikan fasilitas-fasilitas yang mendukung yang disediakan untuk pengunjungnya seperti mushala, kantin dan toilet.

Berkaitan dengan sistem pemasaran, islam juga memberikan pengarahan yang jelas, terutama dalam kaitannya untuk mencapai tujuan kegiatan ekonomi diatas kegiatan pemasaran menurut islam harus berada dalam rambu-rambu tertentu. Berkaita dengan hal ini, sistem pasar dibawah pengaruh semangat islam berdasarkan pada dua asumsi. Asumsi itu adalah rasionalitas ekonomi dan persaingan sempurna. Berdasarkan asumsi ini, sistem pasar dibawah pengaruh semangat islam dapat dianggap sempurna. Sistem ini menggambarkan keselarasan antara kepentingan para konsumen⁶.

Pemasaran dalam perspektif Syariah adalah sebuah disiplin strategis yang mengarah pada proses penciptaan. Penawarn dan perubahan nilai dari satu inisiator kepada stakeholdernya yang dalam keseluruhan prosesnya akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam islam⁷. Selain daripada definisi diatas juga merujuk kepada kaedah fiqih yang paling mendasar dalam Islam yaitu:

أَلْأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يُدَلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya:“*Hukum asal semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya*”⁸.

Kata kunci dalam definisi pemasaran syariah ini adalah tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip dalam muamalah, sepanjang hal tersebut dapat dijamin penyimpangan prinsip-prinsip penyimpangan muamalah tidak terjadi, jadi transaksi dalam bentuk apapun dalam bisnis dibolehkan dalam Islam.

⁶ Muhammad Nejatullah Ash Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi Islam Dalam Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), h. 84

⁷ Muhammad Syakir Sula, *Muamalah Dalam Islam*, (Jakarta: Setya Kencana, 2003), h.

⁸ Dzajuli, *Kaidah-Kaidah Fiqih*, (Jakarta: Kencana, 2007) Ed. 1. Cet. Ke-II, h. 130.

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.

Sistem pemasaran yang merupakan aktivitas produsen, diberi rambu-rambu oleh ajaran Islam yaitu:

1. Barang dan jasa yang haram tidak boleh dipasarkan.
2. Produksi barang yang bersifat sekunder disesuaikan dengan permintaan pasar.
3. Produsen hendaklah tetap melakukan kontrol (mempertimbangkan sepenuhnya) permintaan pasar, maksudnya menjaga agar barang dan jasa yang dipasarkannya tidak menimbulkan dampak negatif bagi konsumennya.
4. Tidak melakukan penimbunan barang dengan maksud meraih keuntungan sebesar-besarnya dan merugikan konsumen serta merusak pasar⁹.

Setiap perusahaan pada umumnya memiliki tujuan yang mencakup dalam beberapa aspek seperti mencapai volume penjualan tertentu, mendapatkan laba tertentu sebagai penunjang perusahaan agar tetap berkembang dinamis dalam lingkungan bisnisnya, usaha untuk mencapai tujuan tersebut tidak selalu dapat sepenuhnya dilakukan oleh perusahaan yang bersangkutan. Seperti kita ketahui dunia usaha selalu bersifat dinamis yang selalu diwarnai dengan adanya perubahan dari waktu ke waktu dan adanya keterkaitan dengan yang lainnya, karena itu strategi pemasaran sangat besar peranannya untuk keberhasilan suatu usaha atau perusahaan¹⁰.

Demikian juga jasa hiburan dan rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim Zoo yang setiap tahunnya menetapkan target penjualan jasa hiburannya pada

⁹ Suhardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), h. 24.

¹⁰ Kasmir, *Pemasaran Bank*, h. 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.

pengunjung dengan menetapkan harga tiket masuk maupun jasa-jasa lainnya terhadap fasilitas yang ada yang tentunya harus dicapai oleh pemilik jasa hiburan ini. Maka dalam pencapaian target usaha jasa hiburan ini harus menentukan strategi pemasaran yang lebih bagus agar mencapai target keuntungan.

Penelitian mengenai strategi pemasaran sebelumnya telah dilakukan oleh Supriadi menguji strategi pemasaran jasa hiburan dan rekreasi Alam Mayang Pekanbaru menurut perspektif ekonomi islam. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh manager Alam Mayang Pekanbaru telah sesuai dengan prinsip ekonomi islam¹¹.

Berdasarkan pengamatan penulis, Taman Satwa Kasang Kulim mengadakan banyak hiburan yang diselenggarakan dalam menarik pelanggan agar pengunjung menggunakan fasilitas jasa hiburan yang ada di Taman Satwa Kasang Kulim yang salah satunya yaitu dengan cara mempromosikan jasa hiburan melalui iklan di internet, bahwa Taman Satwa Kasang Kulim serta produk jasa hiburannya sudah dipromosikan disana dikatakan bahwa ia telah memasarkan semua jenis produk jasa hiburannya. Tetapi berdasarkan observasi penulis menemukan ada beberapa jasa hiburan sudah tidak ada lagi difungsikan, maka dari itu penulis ingin mengetahui lebih lanjut bagaimana sebenarnya strategi pemasaran jasa hiburan yang dijalankan oleh Taman Satwa Kasang Kilim menurut pandangan Ekonomi Syariah.

¹¹ Supriadi, *Strategi Pemasaran Jasa Hiburan dan Rekreasi Alam Mayang Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, (UIN SUSKA: Skripsi, 2013) h. 5.

Maka dari itu penulis berminat untuk mengangkat permasalahan ini sebagai karya tulis ilmiah dengan judul, **“Strategi Pemasaran Jasa Hiburan dan Rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim Zoo Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”**.

B. Batasan Masalah

Untuk lebih terarah dan memperjelas ruang lingkup pembahasan ini penulis perlu untuk membuat batasan masalah, sebab dengan batasan masalah ini akan lebih mudah mengarahkan penulis dalam pembahasan nantinya. Disamping itu juga agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada dan mengenai sasaran yang diharapkan maka pembahasan dalam penelitian ini dibatasi hanya pada strategi pemasaran jasa hiburan dan rekreasi Taman Satwa Kasang Zoo menurut perspektif ekonomi syariah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, batasan masalah dan gejala-gejala yang diuraikan penulis, maka rumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran jasa hiburan dan rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim Zoo?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap pemasaran jasa hiburan dan rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim Zoo?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran jasa hiburan dan rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim Zoo.
 - b. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap strategi pemasaran jasa hiburan dan rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim Zoo.
2. Kegunaan Penelitian
 - a. Sebagai tugas akhir untuk syarat kelulusan mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN suska Riau.
 - b. Dengan adanya beberapa temuan dan keterbatasan yang dihadapi dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya.
 - c. Sebagai sumbangan pikiran kepada pihak manajemen Taman Satwa Kasang Kulim Zoo.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan. Adapun yang menjadi lokasi penelitian adalah Taman Satwa Kasang Kulim Zoo yang berada di jalan Kubang Jaya Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Lokasi ini dipilih karena dapat dijangkau dan mudah untuk mendapatkan data.

**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 dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan serta pengunjung jasa hiburan dan rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim Zoo.
- b. Objek dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran jasa hiburan dan rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim Zoo menurut perspektif ekonomi syariah.

3. Populasi dan Sampel

- a. Populasi terdiri dari 1 pimpinan 20 karyawan dan 500 pengunjung selama satu pekan terakhir terhadap jasa hiburan dan rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim Zoo.
- b. Dikarenakan jumlah pimpinan dan karyawan terjangkau, maka penulis mengambil seluruhnya untuk dijadikan sampel, yaitu 1 pimpinan dan 20 karyawan. Kemudian berhubung jumlah pengunjungnya terlalu banyak karena keterbatasan waktu dan biaya maka penulis hanya mengambil 10% dari 500 pengunjung, yaitu 50 orang pengunjung. Maka sampel dalam penelitian ini adalah $1+20+50=71$ orang.

4. Sumber data

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari pimpinan dan karyawan serta pengunjung Taman Satwa Kasang Kulim Zoo.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari riset dan perpustakaan dan data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti¹².

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Penulis melakukan pengamatan dan pencatatan langsung dengan cara datang langsung ke lokasi penelitian terhadap masalah yang diteliti.

b. Wawancara

Wawancara atau Interview yaitu suatu cara untuk mengumpulkan data dengan pertanyaan langsung kepada subjek penelitian.

c. Angket

Pemberian beberapa pertanyaan kepada pengunjung yang berisikan pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

d. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mengumpulkan data-data atau arsip yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

6. Teknik Analisis Data

Dalam analisis data, penulis menggunakan deskriptif kualitatif yaitu menganalisa data dengan cara mengklasifikasi data-data berdasarkan

¹² Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 88.

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.

persamaan jenis tersebut, kemudian data tersebut diuraikan sedemikian rupa serta dihubungkan antara data yang satu dengan data yang lain sehingga memperoleh gambaran umum tentang masalah yang diteliti¹³.

7. Metode Penelitian

Setelah memperoleh data maka data tersebut dituangkan dalam bentuk tulisan dengan metode sebagai berikut:

- a. Deduktif, yaitu menarik kesimpulan dari yang bersifat umum kepada yang bersifat khusus. Maksudnya adalah dari sebuah judul kemudian diambil atau ditarik dari beberapa permasalahan dan dijadikan beberapa bab.
- b. Induktif, yaitu menarik kesimpulan dari yang khusus kepada yang umum. Maksudnya mengumpulkan dari beberapa buku atau referensi lainnya yang bersangkutan dengan yang diteliti kemudian diambil beberapa bagian.
- c. Deskriptif, yaitu mengumpulkan data keterangan kemudian dianalisa hingga disusun sebagaimana yang dikehendaki dalam penelitian ini.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan para pembaca dalam memahami penelitian ini, maka penulis mengklasifikasikan penelitian dalam lima bab yang terdiri dari sub bab dengan perincian sebagai berikut:

¹³ Fakultas Syariah dan Hukum, *Panduan Penyusunan Skripsi*, (Uin Suska: Fakultas Syariah dan Hukum, 2014), h. 49.

**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

Bab ini akan menjelaskan tentang Latar Belakang, Batasan dan Rumusan Masalah, Tujuan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM

Bab ini akan dijelaskan tentang sejarah singkat perusahaan, Struktur Organisasi perusahaan, Aktivitas perusahaan, produk-produk jasa perusahaan, dan Visi Misi perusahaan.

BAB III LANDASAN TEORI

Bab ini akan menjelaskan tentang Pengertian Pemasaran, Strategi Pemasaran, strategi Produk, Strategi Harga, Promosi, Persaingan, Pelayanan, dan Pemasaran menurut islam.

BAB IV HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang Strategi pemasaran jasa hiburan dan rekreasi Taman Wiasata Kasang Kulim Zoo dan tinjauan ekonomi syariah terhadap jasa hiburan dan rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim Zoo.

BAB V PENUTUP

Bab ini adalah bab terakhir yang berisikan tentang kesimpulan dan saran.

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 II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

Taman Satwa Kasang Kulim merupakan kawasan Yayasan Bina Wisata dan Taman Marga Satwa. Merupakan satu-satunya Taman Satwa yang ada di Provinsi Riau yang terletak di jalan H Usman Kubang Raya Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar yang berjarak sekitar 17 Km dari Kota Pekanbaru. Taman Satwa Kasang Kulim memiliki luas areal 17 Hektar dan yang sudah terkelola kurang lebih 14 Hektar.

Berdirinya Taman Satwa Kasang Kulim dikukuhkan dalam Akte Notaris No. 10 tanggal 5 September 1991 dibawah naungan Yayasan Bina Wisata yang diketuai oleh Bapak H. Usman (alm). Sedangkan penamaan taman satwa ini sendiri diambil dari tempat asal berdirinya yang dulu merupakan tempat untuk berladang “kasang”. Program pengembangan taman satwa ini mendapatkan tanggapan dan dukungan berbagai pihak, baik masyarakat umum maupun kalangan taman satwa di Indonesia diantaranya Taman Satwa Bukittinggi.

Setelah H. Usman meninggal pada tahun 1998 hingga sekarang pengelolaan Taman Satwa Kasang Kulim dikelola oleh anaknya yang bernama Agustina. Dalam melakukan pengembangan objek wisata ini pihak pengelola Taman Satwa Kasang Kulim melakukan perizinan usaha wisata pada Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar berdasarkan peraturan Daerah Kabupaten Kampar Nomor 14 tahun 1998 tentang Izin Usaha Pariwisata.

Selanjutnya Taman Satwa Kasang Kulim sebagai lembaga konservasi bertujuan untuk menjadi salah satu tempat pelestarian satwa yang berkewajiban mengembangkan jenis-jenis satwa agar tidak punah. Penyediaan fasilitas yang terdapat di Taman Satwa Kasang Kulim meliputi:

- a. Kolam renang. Fasilitas yang disediakan untuk pemandian anak-anak dan hanya dibuka pada event tertentu dan pada akhir pekan.
- b. Bebek air. Tersedia 3 buah bebek air yang disediakan di danau buatan, penggunaan bebek air ini diluar dari harga tiket.
- c. Mushalla. Terdapat 1 buah mushalla yang disediakan untuk beribadah. Mushalla ini dilengkapi dengan perlengkapan shalat, namun ukuran mushalla tersebut relatif kecil.
- d. Komedi putar. Terdapat 1 komedi putar untuk memberikan hiburan kepada pengunjung. Akan tetapi komedi ini tidak layak untuk digunakan lagi.
- e. Taman pancing. Taman pancing merupakan danau buatan yang dibuat untuk menambah hiburan bagi pengunjung.
- f. Panggung hiburan. Terdapat 1 buah panggung hiburan, fasilitas ini digunakan setiap minggunya dan event-event tertentu.
- g. Tempat makan. Ada beberapa tempat makanan yang berada di dalam objek wisata Taman Satwa Kasang Kulim sehingga pengunjung tidak perlu membawa makanan dari rumah.
- h. Taman bermain. Taman bermain terdiri dari fasilitas anak-anak seperti ayunan. Taman bermain ini bernuansa alam karena terdapat beberapa pepohonan disekitarnya.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Kolam hias. Kolam hias ini terdapat pada taman bermain anak-anak yang berisi ikan dan kura-kura. Kolam hias ini memberikan kesan keindahan dan nuansa alam dalam objek wisata tersebut namun kolam hias ini kurang bersih.

B. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan suatu bentuk atau susunan untuk mempermudah pelaksanaan tugas dan pembagian kerja yang bertujuan untuk menghindari tugas rangkap dan semua unit dalam organisasi harus bertanggung jawab dengan konsisten pada tiap bagian pekerjaannya. Struktur organisasi menunjukkan hubungan kerja sama setiap unsur yang memiliki wewenang tanggung jawab pada setiap anggota organisasi dalam menjalani tugas. Dalam melakukan pengelolaan objek wisata Taman Satwa Kasang Kulim di Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar disusunlah struktur organisasi yang terdiri dari:

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

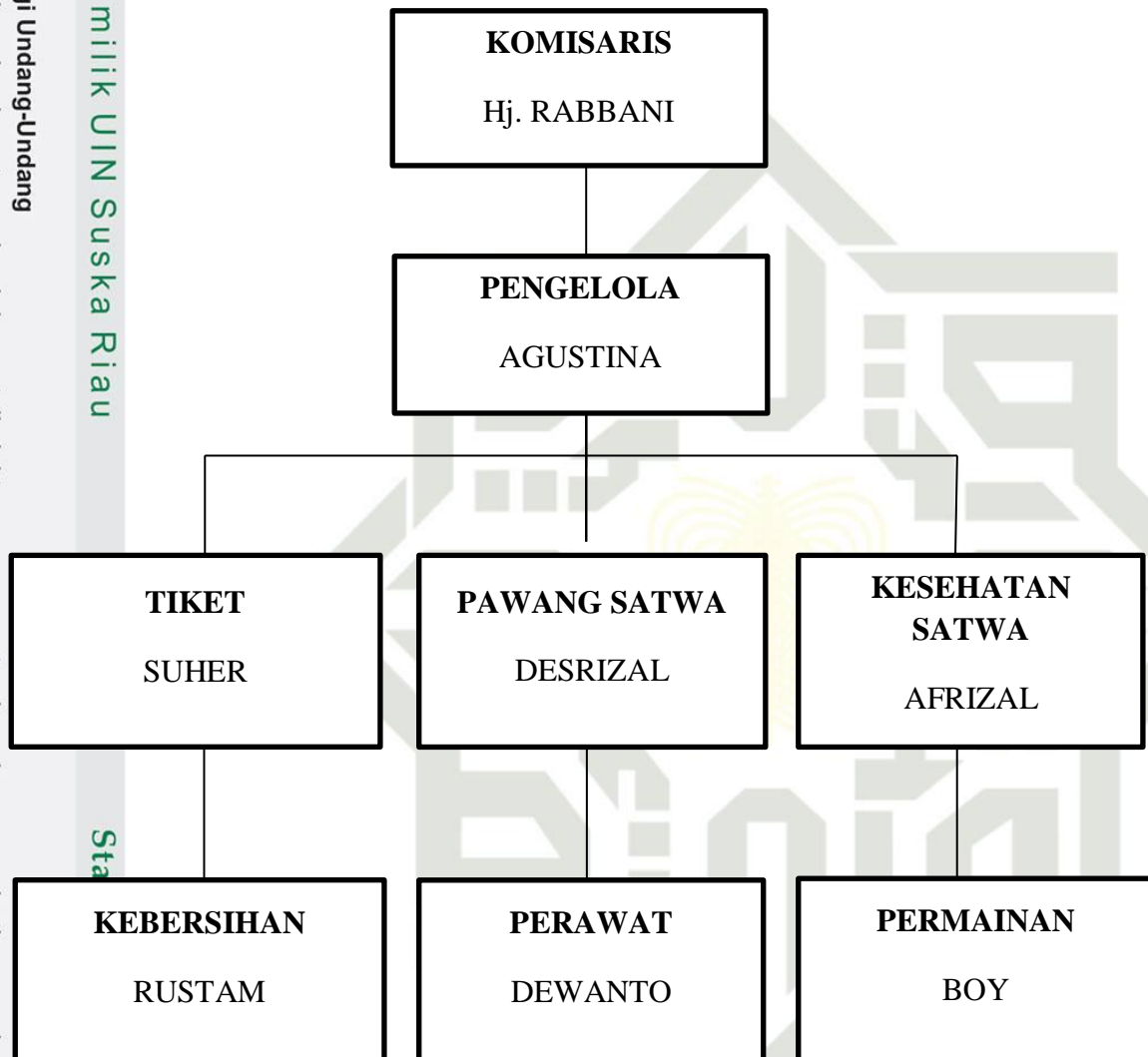
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Gambar II. 1

STRUKTUR ORGANISASI TAMAN SATWA KASANG KULIM



Jumlah pengelola objek wisata Taman Satwa Kasang Kulim tahun 2020 sebanyak 21 orang terdiri dari 1 orang pemilik Taman Satwa Kasang Kulim, 1 orang manajer lapangan, 3 orang bertugas sebagai kesehatan satwa, 3 orang sebagai pawang satwa, 2 orang sebagai ticketing, 3 orang head keeper dan 7 orang petugas kebersihan. Pada setiap pengelola memiliki tugas,

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.

tanggung jawab dan wewenang sendiri dalam menjalankan pekerjaannya. Penjelasan tugas dan dalam pengelolaan Taman Satwa Kasang Kulim Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar adalah sebagai berikut:

1. Komisaris,

Komisaris sekaligus ketua pengurus memiliki kewenangan penuh

dalam:

- a. Menyusun rancangan jangka panjang organisasi
- b. Mengadakan pengawasan terhadap organisasi
- c. Mengadakan kerjasama perjanjian usaha dengan pihak luar

2. Pengelola

Pengelola merupakan pendelegasian wewenang dari komisaris

dalam hal:

- a. Mengatur dan bertanggung jawab atas kinerja karyawan
- b. Membuat laporan dari hasil pengamatan lapangan berupa pendataan sarana, fasilitas, karyawan dan satwa.

3. Penanggung jawab kesehatan satwa

Penanggung jawab kesehatan satwa merupakan orang yang ahli dalam menjaga kesehatan satwa serta memiliki pengalaman dan pengetahuan melalui jenjang pendidikan. Bertugas melakukan observasi pada bulannya, meningkatkan pengembangbiakan satwa dan mengawasi kesejahteraan satwa.



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

Penanggung jawab pawang satwa

Penanggung jawab pawang satwa memiliki tugas:

- a. Melakukan pemeliharaan satwa
- b. Memberikan pelatihan dan melakukan peragaan satwa pada event-event tertentu

Penanggung jawab kebersihan

Penanggung jawab kebersihan mempunyai tugas menjaga kebersihan lingkungan Taman Satwa Kasang Kulim yaitu membersihkan taman bermain dan fasilitas yang tersedia.

6. Ticketing

Ticketing mempunyai tugas:

- a. Memberikan pelayanan kepada pengunjung
- b. Memberikan laporan jumlah pengunjung kepada manajer

7. Perawat (*keeper*)

Perawat atau disebut head keeper satwa memiliki tugas:

- a. Menyediakan fasilitas satwa dan membersihkan kandang satwa
- b. Membantu penanggung jawab kesehatan satwa dalam memberikan laporan pendataan dan pengamatan kesehatan satwa.

C. Aktivitas Perusahaan

Taman Satwa Kasang Kulim merupakan salah satu perusahaan yang menjual produk jasa hiburan, oleh karenanya Taman Satwa Kasang Kulim senantiasa memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada para konsumen terutama kepuasan terhadap pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.



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

Sehubungan dengan ini Taman Satwa Kasang Kulim telah melaksanakan kegiatan sehari-harinya yaitu melaksanakan tugas untuk melayani pengunjung yang datang atau yang menggunakan jasa hiburan yang ada di Taman Satwa Kasang Kulim.

Komisaris Taman Satwa Kasang Kulim melaksanakan tugasnya yaitu menyusun rancangan jangka panjang organisasi, mengadakan pengawasan terhadap organisasi, mengadakan kerjasama perjanjian usaha dengan pihak luar, bagian pengelola mengatur dan bertanggung jawab atas kinerja karyawan, bagian penanggung jawab kesehatan satwa meningkatkan pengembangbiakan satwa dan mengawasi kesejahteraan satwa, bagian penanggung jawab pawang satwa melakukan pemeliharaan satwa, memberikan pelatihan dan melakukan peragaan satwa pada saat even-event tertentu.

Bagian penanggung jawab kebersihan mempunyai tugas menjaga kebersihan lingkungan, bagian Ticketing memberikan pelayanan kepada pengunjung, memberikan laporan jumlah pengunjung kepada manajer, dan bagian perawat menyediakan fasilitas satwa dan membantu penanggung jawab kesehatan satwa dalam memberikan laporan pendataan dan pengamatan kesehatan satwa.

D. Produk-Produk Jasa Hiburan

Usaha jasa sangat erat hubungannya dengan fasilitas dan pelayanan, namun dalam hal ini Taman Satwa Kasang Kulim juga telah melakukan pengembangan produknya yaitu dengan menambah fasilitas bermain,

meningkatkan pelayanan dan menambah sarana pendukung lainnya. Dengan fasilitas yang lebih menarik serta ditunjang dengan nuansa alam yang indah dan alami maka diharapkan tempat ini menjadi tempat hiburan yang nyaman dan aman juga bagi pengunjung, serta dapat meningkatkan jumlah produk jasa hiburan agar dapat menarik pengunjung lebih banyak lagi, untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel II. I
Produk Jasa Hiburan dan Satwa yang Ada Di Taman Satwa Kasang Kulim

No	Produk Jasa Hiburan	Jumlah
1	Gajah	2
2	Ular	2
3	Elang	7
4	Singa	6
5	Kakak tua	10
6	Buaya	5
7	Bangau	3
8	Kura kura	10
9	Macan	1
10	Rusa	4
11	Beruang	6
12	Kuda	5
13	Kasuari	3
14	Otang utan	2
15	Ungko	5
16	Kuda Nil	1
17	Cendrawasih	5
18	Rangkong	3
19	Binturong	2
20	Merak	2
21	Kolam Renang	1
22	Bebek Air	3
23	Komedi Putar	1
24	Taman Pancing	1
25	Panggung hiburan	1
26	Menara Eiffel Mini	1
27	Ayunan	5

Sumber : *Observasi Taman Satwa Kasang Kulim Zoo*

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.

Jika dilihat dari tabel II. 1 di atas bahwa Taman Satwa Kasang Kulim mempunyai banyak ragam produk jasa hiburan yang disediakan untuk memberikan variasi produk agar pengunjung tidak merasa bosan terhadap kegiatan yang ada di Taman Satwa Kasang Kulim.

Berikut ini adalah jasa hiburan yang disediakan oleh pihak Taman Satwa Kasang Kulim:

1. Kolam Renang

Kolam Renang ini khusus anak-anak yang mana pengguna jasa ini akan dikenakan biaya sebesar Rp 10.000. kolam renang ini dijaga oleh Bapak Suher¹⁴

2. Bebek Air

Bebek air ini diawasi oleh Anto, dimana harga permainan ini adalah Rp 15.000/ Jam. Penggina jasa ini hanya diperbolehkan naik maksimal 4 orang¹⁵.

3. Komedi Putar

Terdapat 1 komedi putar untuk memberikan hiburan kepada pengunjung. Akan tetapi komedi ini tidak layak untuk digunakan lagi.

4. Taman Pancing

Taman Pancing ini dijaga oleh Bapak Rozi. taman pancing ini tidak dipungut biaya. dan untuk pengunjung yang hobi memancing produk jasa ini sangat cocok untuk dinikmati¹⁶.

¹⁴ Suher (Penjaga Kolam Renang), *Wawancara*, tgl 16 Januari 2020.

¹⁵ Anto (Pengawas Bebek Air), *Wawancara*, tgl 16 Januari 2020.

¹⁶ Rozi (Penjaga Taman Pancing), *Wawancara*, tgl 16 Januari 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

5. Panggung Hiburan

Panggung hiburan ini ditanggung jawabi oleh Bapak Rustam, produk ini disediakan oleh pihak Taman Satwa Kasang Kulim tempat untuk membuat acara, sedangkan harga/tarifnya tidak dipungut biaya¹⁷.

6. Menara Eiffel Mini

Menara Eiffel ini dipantau oleh Bapak Indra, tempat ini biasanya digunakan oleh pengunjung untuk tempat berfoto-foto untuk mengabadikan moment-moment selama di Taman Satwa Kasang Kulim, dan tempat ini juga tidak dipungut biaya untuk menikmatinya¹⁸.

7. Ayunan

Ayunan ini khusus untuk anak-anak, permainan ini diawasi oleh Bapak Hardiman. Dan pengguna ayunan ini harus dijaga oleh orangtuanya sendiri. Jumlah ayunan ini terdiri dari 5 unit.

Selain dari produk yang dijelaskan di atas adalah produk jasa hewan atau satwa, produk jasa ini berjumlah 20 jenis dan dijaga/diawasi oleh Bapak Desrizal. Pengunjung akan dibebaskan sepuasnya untuk melihat agar lebih mengenal jenis dan macam satwa yang tersedia di Taman Satwa Kasang Kulim¹⁹.

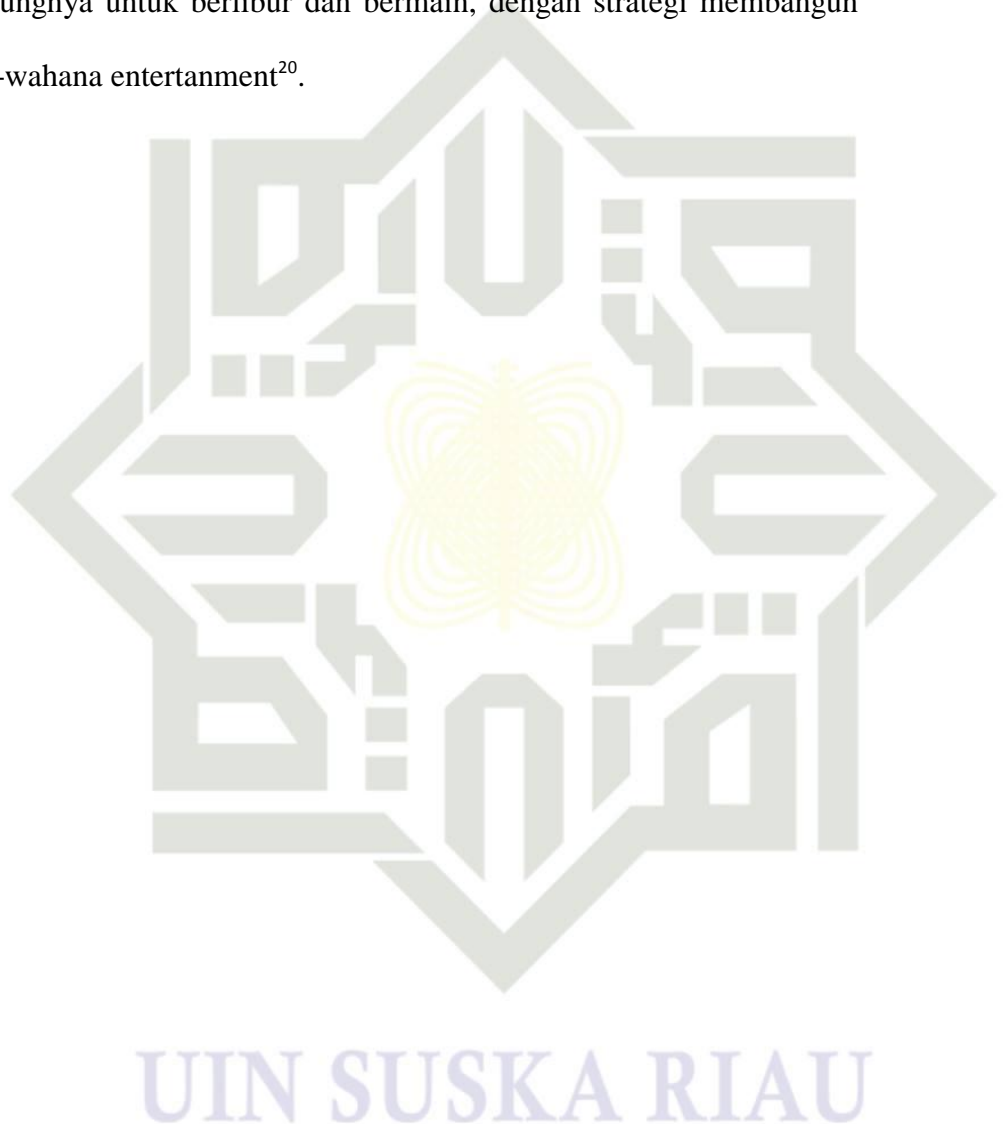
¹⁷ Rustam (Pengawas Panggung Hiburan), *Wawancara*, 16 Januari 2020.

¹⁸ Indra, (Pemantau Menara Eiffel Mini), *Wawancara*, tgl 16 Januari 2020.

¹⁹ Desrizal, (Pengawas Satwa), *Wawancara*, tgl 16 Januari 2020.

E. VISI DAN MISI

1. Visi Taman Satwa Kasang Kulim adalah menjadikan Taman Satwa Kasang Kulim menjadi tempat rekreasi terbaik di Riau
2. Misi Taman Satwa Kasang Kulim adalah memberikan tempat kepada pengunjungnya untuk berlibur dan bermain, dengan strategi membangun wahana-wahana entertainment²⁰.



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.

²⁰ Boy, (pengelola) *Wawancara*, tgl 16 Januari 2020.

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

A. Pengertian Pemasaran

Setiap perusahaan pasti mempunyai strategi untuk tetap dapat hidup dan berkembang. Tujuan tersebut hanya bisa dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan atau laba usaha dengan menggunakan strategi pemasaran yang baik dan benar untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan sekaligus ditingkatkan. Istilah pemasaran dalam bahasa Inggris dikenal juga dengan nama *marketing*. Istilah *marketing* berasal dari kata *market* yang berarti pasar, yang dalam bahasa Indonesia dikenal dengan nama pemasaran. Pemasaran berarti memasarkan barang atau jasa. Dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang serta memperoleh keuntungan maka perusahaan harus melakukan salah satu fungsi pemasaran.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang penting bagi perusahaan untuk berkembang dan mendapatkan keuntungan. Kegiatan pemasaran tidak hanya menjual barang atau jasa saja yang diproduksi untuk konsumen atau hanya distribusi. Pemasaran mencakup kegiatan yang dapat berguna dalam menciptakan, mengembangkan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dihasilkan sesuai dengan permintaan pembeli berdasarkan kemampuan dalam menghasilkan barang.

Berdasarkan manajemen pemasaran modern, pemasaran dapat disebut sebagai suatu keseluruhan sistem dari kegiatan bisnis yang diajukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan harga dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada, maupun pembeli yang potensial²¹. Karenanya, pemasaran menjadi kegiatan yang harus berlangsung terus menerus dan tidak boleh berakhir dan harus dikombinasikan dengan kegiatan yang lainnya yang dapat membantu tercapainya tujuan perusahaan.

B. Strategi Pemasaran

Strategi adalah penciptaan rencana-rencana untuk sasaran jangka panjang yang dengan demikian akan mendorong diadakannya perubahan dalam sifat hubungan antara perusahaan dengan lingkungan yang kompetitif²². Pendapat lain merumuskan strategi sebagai rencana yang disatukan luar dalam yang terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan direncanakan untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi²³.

Untuk mendapatkan suatu strategi yang menyeluruh dan efektif dalam mencapai tujuannya, maka perusahaan harus melakukan pembagian dari strategi tersebut kepada strategi pemasaran. Hal ini strategi pemasaran

²¹ Basu Swastha dan Irwan, *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, (Liberty, Yogyakarta: 1997), h. 5

²² Aubrey Wilson, *Promosi dan Reklame*, (Mandar Maju: Jakarta 1998), h.32, cet. ke-1.

²³ William F Gluch dan Laurena R. Jauch *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*, (Elangga :Jakarta, 1997), h.21. ed.II.

menguraikan rencana tindakan yang luas untuk mencapai tujuan pemasaran melalui unsur-unsur pemasaran yang terdiri dari produk jasa, harga ketersediaan jasa, promosi dan pelayanan pelanggan²⁴.

Dalam usaha untuk memberikan kepuasan kepada pembeli dan masyarakat yang lain dalam pertukaran untuk memperoleh sejumlah laba, perusahaan harus melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi perusahaan dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Pada dasarnya strategi pemasaran merupakan rencana menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan pedoman tentang kegiatan apa yang akan dijalankan di dalam mencapai tujuan perusahaan. Meskipun beberapa perusahaan mempunyai tujuan yang sama, namun strategi yang ditempuh berbeda-beda. Kemampuan untuk merumuskan strategi untuk menerapkannya melalui sistem dan sumber-sumber yang ada merupakan suatu keharusan bagi perusahaan jika ingin menguasai pasar, efektifitas dan efisiensi juga menjadi kata kunci yang penting bagi strategi pemasaran.

Dalam menyusun strategi pemasaran ada dua faktor yang harus diperhatikan

1. Faktor eksternal, meliputi penganalisaan terhadap faktor-faktor diluar perusahaan seperti: keadaan pasar, persaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, peraturan dan kebijaksanaan pemerintah, keadaan sosial,

²⁴ Adrian Payne, *Marketing Pemasaran Jasa*. (Andi Ofset: Yogyakarta, 2000), h.29.

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.

budaya dan politik. Faktor eksternal merupakan faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan, namun demikian faktor ini perlu dianalisa oleh bagian pemasaran perusahaan karena faktor ini dapat menimbulkan kesempatan dan ancaman bagi pemasaran produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Faktor internal, meliputi penganalisaan terhadap faktor-faktor di dalam perusahaan itu sendiri atau dengan kata lain merupakan penganalisaan terhadap faktor-faktor yang berkaitan langsung dengan pelaksanaan fungsi perusahaan yang meliputi: keuangan, pemasaran, produksi dan sumber daya manusia. Faktor internal merupakan faktor yang dikendalikan perusahaan.

Strategi marketing paling utama pada dasarnya adalah:

1. *Segmentasi*, dapat diartikan sebagai salah satu aktivitas yang mengelompokkan pasar atau pembeli berdasarkan persamaan mereka atau dapat juga dikatakan sebagai aktivitas mengubah pasar heterogen menjadi pasar yang sifatnya homogen.
2. *Targetting*, secara definisi dapat diartikan sebagai sesuatu atau beberapa segmen pasar yang akan dituju. Dengan demikian sebelum suatu perusahaan bisa menentukan target market, maka pekerjaan yang harus dilakukan dahulu adalah membagi-bagi pasar (segmentasi).
3. *Positioning*, strategi segmentasi dan targetting harus diikuti dengan positioning strategi sebagai upaya untuk mengkomunikasikan konsep produk yang *perusahaan* tawarkan agar masuk dalam benak konsumen.

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.

Strategi segmentasi dan positioning merupakan dasar untuk melakukan differensi produk, perencanaan dari seluruh program marketing bagaimana sumber daya perusahaan dialokasikan²⁵.

Ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam suatu strategi pemasaran yaitu:

1. Ukuran besarnya dan posisi persaingan perusahaan di dalam lingkungan pasarnya.
2. Sumber daya, tujuan, dan kebijaksanaan perusahaan bersangkutan.
3. Aneka strategi yang diterapkan pesaing.
4. Perilaku pemberi dalam pasar yang ditargetkan.
5. Tahap dari usia produk.
6. Sifat dan watak dari lingkungan ekonominya.

Untuk menentukan strategi pemasaran, dapat dilakukan dengan membuat tiga keputusan yaitu sebagai berikut:

1. Konsumen yang akan dituju

Dalam menentukan strategi pemasaran, suatu perusahaan terlebih dahulu harus menentukan konsumen yang akan dijadikan sasaran pemakai dari produk barang atau jasa yang akan diproduksi dan akan dipasarkan, jika tidak demikian kegiatan produksi atau pemasaran yang akan dilakukan dikhawatirkan akan sia-sia saja. Inilah yang merupakan dari langkah pertama dari perumusan atau penentuan strategi pemasaran perusahaan.

²⁵ Philip Kotler, Dasar-Dasar Pemasaran, (cv. Intermedia:Jakarta, 2000), h.365.

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

2. Kepuasan yang diinginkan konsumen

Untuk dapat menentukan strategi yang efektif suatu perusahaan haruslah dapat menentukan apa yang diinginkan oleh konsumen terhadap suatu produk yang mereka beli atau mereka pasarkan. Keinginan tersebut dapat berupa mutu, warna model, design dan kelebihan dari produk tersebut.

3. *Marketing mix* yang dipakai

Salah satu strategi pemasaran yang paling utama dalam menentukan keberhasilan tujuan kegiatan pemasaran perusahaan adalah menentukan marketing mix-nya. Penentuan ini adalah sejalan dengan operasi perusahaan di dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan, sehingga apabila marketing mix yang telah ditetapkan perusahaan tidak sesuai dengan tuntutan pasarnya, kemungkinan besar akan mengalami kegagalan dalam mencapai tujuan operasinya²⁶.

Marketing mix merupakan akto-aktor yang digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi konsumen, ini merupakan suatu strategi yang menyangkut kordinasi antara:

- a. Produk, yaitu bagaimana karakteristik dan ciri-ciri produk yang ditetapkan.
- b. Harga, yaitu bagaimana kebijaksanaan penetapan harga keputusan.
- c. Distribusi, yaitu bagaimana pendistribusian produk dilakukan.
- d. Promosi, yaitu bagaimana kordinasi cara-cara promosi dilakukan²⁷.

²⁶ Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Liberti: Yogyakarta, 1995),h.70.

²⁷ Affif Faisal, *Strategi Pemasaran*, (Angkasa: Bandung, 1996), h. 12.

Apabila perusahaan ingin memperoleh keberhasilan dalam memasarkan produk-produknya, maka perusahaan harus dapat merumuskan kombinasi dari faktor-faktor yang tersebut diatas.

C. Strategi Produk

Produk adalah apa saja yang ditawarkan di pasar untuk dimiliki, digunakan, diperhatikan, sehingga dapat memuaskan kebutuhan termasuk objek fisik, jasa, orang maupun organisasi²⁸. Dalam mengelola produk termasuk perencanaan dan pengembangannya diperlukan adanya suatu pedoman untuk mengubah suatu produk yang ada, menambah produk lain atau mengambil suatu tindakan yang dapat mempengaruhi kebijaksanaan dalam bentuk produk.

Taman satwa kasang kulim merupakan perusahaan yang menghasilkan produk berupa jasa hiburan, seperti jasa tempat bermain, kolam pemancingan, kenyamanan dan keindahan nuansa alamnya serta jasa lainnya yang dibutuhkan pengunjungnya. Dan karena produknya berupa jasa, maka konsumen selalu mengidentifikasikan dengan pelayanan dan fasilitasnya.

Setiap pelayanan pasti memiliki siklus hidup menggambarkan tahap yang berbeda dalam sejarah penjualan suatu produk. Tahap-tahap ini berhubungan dengan kesempatan dan masalah yang berbeda mengenai strategi pemasaran dan laba potensial, dengan mengidentifikasikan tahap suatu

²⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Salemba Empat: Jakarta, 1998), h. 172.

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.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

produk yang berbeda atau tahap yang akan dicapai, perusahaan dapat memformulasikan rencana pemasaran dengan lebih baik.

Adapun hal yang membuat produk dikatakan memiliki siklus hidup

yaitu:

1. Produk memiliki umur terbatas.
2. Penjualan produk melalui tahap-tahap yang berbeda dengan tantangan yang berbeda dengan penjual.
3. Laba naik dan turun pada tahap yang berbeda dalam siklus hidup produk.
4. Produk membutuhkan strategi pemasaran, keuangan, produksi, pembelian dan personel yang berbeda dalam siklus hidup mereka²⁹.

D. Strategi Harga

Kebijakan harga berkaitan dengan kemampuan konsumen membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang dihasilkan pada kenyataan para konsumen memiliki kecenderungan untuk membeli suatu barang yang ditawarkan layak tepat dalam harga dan kepuasan yang diberikan. Harga adalah barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang, dimana berdasarkan nilai tersebut seorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang yang dimilikinya kepada pihak lainnya³⁰.

Definisi lain dari harga adalah sejumlah uang yang dibebaskan atau suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan konsumen atas

²⁹ Philip Kotler, *Ibid*.

³⁰ Winardi, *Manajemen Pemasaran*, (Sinar Baru: Bandung, 2000),h.55, cet.ke-2,ed. 2.

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.

manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut³¹.

Dari definisi di atas diketahui bahwa harga yang dibayar pembeli sudah termasuk pelayanan yang diberikan penjual. Dengan pelayanan yang diberikan penjual mengharapkan sejumlah keuntungan dari barang dan jasa yang ditawarkan tersebut. Faktor yang perlu diperhatikan dalam menetapkan harga antara lain adalah biaya, keuntungan, saingan, dan perubahan pasar. Kebijakan ini menyangkut pula penetapan jumlah pengeluaran, *mark up*, *mark down* dan sebagainya. Adapun kebijakan harga adalah sebagai berikut:

1. *Profit on sales atau return on invesment*

Ditargetkan apabila di atas harga pembelian produk ditetapkan marge laba untuk menutup biaya operasi dan keuntungan tertentu, biasanya kebijakan jangka pendek dan dilakukan oleh pedagang.

Stabilitas harga

Bila suatu pasar mengalami perubahan-perubahan harga, maka perusahaan besar berkedudukan kuat di pasar perlu menyusun kebijakan harga jual produknya sedemikian rupa sehingga harga jual produk sejenis di pasar stabil.

³¹ Philip Kotler, dan Armstrong, *Manajemen Pemasaran*, (Integratika: Bandung, 1996), h231.

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 Saifuddin Kasim Riau

4. *Market share* dipertahankan atau ditingkatkan

Apabila perusahaan ingin mempertahankan *market share*, maka perusahaan berusaha menetapkan kebijaksanaan harga jual secara kesatuan harga memberikan keuntungan.

5. Persaingan diimbangi dan dicegah

Perusahaan dapat menetapkan harga jual produk sesuai dengan harga jual yang ditentukan perusahaan besar yang mendominasi pasaran atau tidak menetapkan harga yang terlalu tinggi atau *marge laba* yang tertinggi, tidak terlalu besar sehingga dapat menarik perusahaan saingan yang atau sejenis.

5. Laba maksimal

Laba maksimal merupakan tujuan jangka panjang perusahaan yang artinya, perusahaan bersedia merugi dalam periode tertentu untuk mencapai keuntungan mendatang³².

E. Promosi

Promosi (*Promotion*) adalah usaha atau upaya untuk memajukan atau meningkatkan, misalnya untuk meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang usaha³³. Dari pendapat para ahli, promosi mempunyai pengertian yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut dapat diketahui dari beberapa definisi sebagai berikut:

³² Saefuddin, Am, Dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Departemen Ilmu Sosial dan Ekonomi dan Pertanian: Bogor, 1998),h. 61.

³³ Rivai Wirassamita, dkk, *Kamus lengkap Ekonomi*, (Pionir Jaya: Bandung, 2002), h. 399.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Menurut Stanson, promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, penjualan personal, dan alat promosi yang lain, yang semua direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Sedangkan menurut *Lamb, Hair, Mc-Daniel*, promosi adalah komunikasi dari para penjual yang menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon³⁴.

Promosi adalah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembeli atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan³⁵.

Promosi merupakan salah satu variabel marketing mix yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Promosi juga sering dikatakan sebagai proses lanjut, karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Oleh karena itu promosi dipandang sebagai arus organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran³⁶.

³⁴ Muhammad Jaiz, *Dasar-Dasar Periklanan*, (Graha Ilmu, Yogyakarta, 2014),h. 43.

³⁵ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, (Salemba Empat: Jakarta, Edisi 3, 2013),h. 178.

³⁶ Basu Swasta dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Rkonomi Perusahaan Modern)*, Liberty: Yogyakarta, 2015),h. 222.

F. Persaingan

Persaingan merupakan salah satu faktor yang berasal dari luar perusahaan yang mempengaruhi perusahaan dalam memasarkan produk yang dihasilkannya. Semakin banyak jumlah pesaing maka semakin tinggilah tingkat persaingan bagi perusahaan yang ikut didalam persaingan dalam melaksanakan kegiatan pemasaran. Mengidentifikasi pesaing dan mengevaluasi strateginya sangat diperlukan untuk mengetahui apa yang dilakukan pesaing dimasa mendatang. Analisis pesaing menyediakan informasi yang berguna untuk memutuskan kapan memasuki pasar baru atau keluar dari pasar sekarang.

Analisis pesaing adalah proses mengenali dan menilai pesaing utama, menilai tujuan, strategi, kekuatan dan kelemahan mereka, serta pola reaksinya dan memilih pesaing mana yang akan diserang atau dihindari. Mengenal pesaing adalah hal yang sangat penting bagi perencanaan pemasaran yang efektif. Perusahaan membandingkan secara produk, harga, saluran, dan promosi yang dimiliki para pesaing agar dapat mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan kompetitif.

G. Pemasaran Menurut Islam

Seperti diketahui Al-Quran dan Sunnah Rasulullah SAW merupakan sumber tuntunan hidup bagi kaum muslimin untuk menapaki kehidupan fana di dunia ini, dalam mempersiapkan kehidupan kekal di akhirat nanti.

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.

Al-Quran dan Sunnah Rasulullah sebagai penuntun memiliki daya jangkau dan daya atur yang universal. Artinya, memiliki segenap aspek kehidupan umat manusia dan selalu ideal untuk masa lalu, kini dan yang akan datang. Salah satu bukti bahwa Al-Quran dan Sunnah tersebut mempunyai daya jangkau dan daya atur yang universal, dapat dilihat dari segi teks-nya yang selalu tepat untuk diimplikasikan dalam kehidupan aktual. Misalnya, daya jangkau dan daya aturnya dalam bidang perekonomian umat. Dalam hal ini ekonomi islam bertujuan menuntun agar manusia berada di jalan yang lurus (*Shirat Almustaqim*)³⁷.

Kegiatan ekonomi dalam pandangan islam merupakan tuntutan kehidupan. Disamping itu juga merupakan anjuran yang memiliki dimensi ibadah. Hal itu dapat dibuktikan dengan firman Allah dalam Al-Quran surat Al-A'raf [7] ayat 10.

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعِيشَةً قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: "Sesungguhnya kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi dan kami adakan bagimu di muka bumi (sumber) penghidupan. Amat sedikitlah kamu bersyukur"³⁸.

Allah juga berfirman dalam surat An-Naba [78] ayat 11.

وَجَعَلْنَا الْيَوْمَ مَعَاشًا ﴿١١﴾

Artinya: "Dan kami jadikan siang untuk mencari penghidupan"³⁹.

³⁷ Achmad Ramzy Tadjoeddinn, Dkk, *Berbagai Aspek Ekonomi Islam*. (Tiara Wacana: Yogyakarta, 1992),h. 3.

³⁸ Depag RI, *Alquran dan Terjemahan*, (Jakarta: 2002), h. 204.

³⁹ Depag RI, *Ibid*, h. 864.

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.

Namun demikian, islam tidak menghendaki pemeluknya menjadi mesin ekonomi yang melahirkan budaya materialisme. Kegiatan ekonomi dalam islam tidak semata-mata bersifat materi saja, tetapi lebih daripada itu. Rakus terhadap kekayaan dan sikap mementingkan sebagaimana Allah berfirman dalam surat An-Najm [53] ayat 29.

فَاعْرِضْ عَنْ مَنْ تَوَلَّىٰ عَنْ ذِكْرِنَا وَلَمْ يُرِدْ إِلَّا الْحَيَاةَ الدُّنْيَا ﴿٥٣﴾

Artinya: "Maka berpalinglah (Hai Muhammad) dari orang yang berpaling dari peringatan kami, dan tidak mengingini kecuali kehidupan duniawi"⁴⁰.

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pemasaran islam yaitu:

1. Pemasaran harus bebas dari unsur riba

Seperti yang telah dikatakan oleh Allah SWT dalam firmanNya pada Al-Quran surat Ar-rum [30] ayat 39.

وَمَا آتَيْتُم مِّن رَّبًّا لَّيْرُبُوا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرِيحُوا عِنْدَ اللَّهِ ۖ وَمَا آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضَعِفُونَ ﴿٣٩﴾

Artinya: "Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)"⁴¹.

⁴⁰ Depag RI, *Ibid*, h.765.

⁴¹ Depag, RI, *Op, cit*,h. 757.

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

2. Suka sama suka (tidak ada paksaan)

Strategi pemasaran harus terbebas dari sifat memaksa dan menekan, sesuai yang dijelaskan dalam Al-Quran yaitu dalam surat An-Nisa [4] ayat 29.

وَأْتُوا النِّسَاءَ صَدُقَاتِهِنَّ نِحْلَةً فَإِنْ طِبَّنَ لَكُمْ عَنْ شَيْءٍ مِّنْهُ نَفْسًا فَكُلُوهُ هَرَوَاتًا مَّرِيًّا

Artinya:”Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu”⁴².

3. Terbebas dari tipu daya (barang yang cacat)

Dalam strategi maupun taktik pemasaran haruslah terbebas dari tipu daya atau tidak boleh memasarkan produk yang cacat atau tidak sesuai dengan yang semestinya. Hal ini diatur dalam Al-Quran surat Ali- Imran [3] ayat 54.

وَمَكْرُوا وَمَكَرَ اللَّهُ وَاللَّهُ خَيْرُ الْمَكْرِينَ

Artinya:”Orang-orang kafir itu membuat tipu daya, dan Allah sebaik-baik pembalas tipu daya”⁴³.

⁴² Depag, RI, *Op, cit*,h. 107.

⁴³ Depag, RI, *Op, cit*, h. 71.

4. Terbebas dari Nazsy (promosi palsu)

Strategi pemasaran harus terbebas dari nazsy (iklan/promosi palsu) karena itu harus berpedoman dengan Al-Quran dan sunnah yang mencerminkan sikap adil dan jujur tanpa ada kecurangan, kezaliman dan bersainglah secara sehat. Kegiatan pemasarn pada dasarnya termasuk pada kegiatan muamalah yang hukum asalnya adalah boleh selama tidak bertentangan dengan prinsip muamalah. Sesuai dengan konsep kaidah fikih yang mendasar dalam islam adalah, “hukum asal semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”.

Islam memahami bahwa perkembangan budaya berbisnis yang berjalan begitu cepat dan dinamis. Berdasarkan kaidah fikih diatas, maka terlihat bahwa islam memberikan jalan untuk melakukan inovasi melalui sistem, tekhnik, mediasi dalam melakukan usaha, namun islam mempunyai prinsip-prinsip penting dalam pengembangan bisnis yaitu harus bebas dari unsu gharar (bahaya), jahalah (ketidak jelasan), dan zulm (merugikan atau tidak adil terhadap suatu pihak)⁴⁴.

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.

⁴⁴ Dzajuli, *Loc, cit*, h 130.

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

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan, baik observasi ke Taman Satwa Kasang Kulim, penyebaran Angket maupun Wawancara kepada pihak pengelola dan karyawan sebagai pelengkap data penulis lakukan pada Taman Satwa Kasang Kulim maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Jasa Hiburan dan Rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim adalah sebagai berikut: Strategi Produk dengan cara memberikan variasi produk jasa hiburan yang beragam macam sehingga bisa menarik perhatian pengunjung untuk mencoba jasa hiburan tersebut. Kemudian melakukan kebijakan harga dengan cara menentukan harga sewa dan harga masuk yang dapat dijangkau oleh saku masyarakat, dan memberikan nuansa pemandangan yang cukup memuaskan terhadap pengunjung ataupun pengguna jasa hiburan.
2. Strategi Pemasaran Menurut Perspektif Ekonomi Syariah, dari hasil penelitian penulis menyatakan bahwa strategi pemasaran yang dijalankan oleh Taman Satwa Kasangn Kulim telah sesuai dengan prinsip-prinsip Ekonomi Syariah, Akan tetapi masih ada beberapa hal yang belum sesuai dengan prinsip- prinsip Ekonomi Syariah, yaitu Strategi Promosi yang dijalankan oleh pihak Taman Satwa Kasang Kulim masih bertentangan dengan ajaran islam dan Prinsip-prinsip Ekonomi Syariah

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut di atas, dalam hal ini penulis mencoba memberikan beberapa saran atau masukan yang mudah-mudahan dapat bermanfaat dalam mengembangkan serta dapat lebih meningkatkan pendapatan perusahaan:

1. Supaya lebih meningkatkan kebersihan di lingkungan Taman Satwa Kasang Kulim, karena kebersihan juga merupakan termasuk dalam permintaan pengunjung agar liburannya terasa nyaman.
2. Hal yang paling perlu diperhatikan adalah meningkatkan keindahan nuansa yang ada di Taman Satwa Kasang Kulim, karena ini merupakan faktor utama yang dicari para wisatawan untuk mau berkunjung ke Taman Satwa Kasang Kulim.

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.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ash Siddiqi, Muhammad Nejatullah. *Kegiatan Ekonomi Islam Dalam Islam*. Jakarta: Bumi Aksara. 1991.
- Asuari, Syofyan. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: CV Rajawali Pariwisata. 1997.
- Depag RI. 2000. *Alquran dan Terjemahan*. Jakarta.
- Dzajuli. *Kaidah-Kaidah Fiqih*. Jakarta: Kencana. 2007.
- Faisal, Affif. *Strategi Pemasaran*. Bandung: Angkasa. 1996.
- Fakultas Syariah dan Hukum. *Panduan Penyusunan Skripsi*. Uin Suska: Fakultas Syariah dan Hukum. 2014.
- Gluch, William F dan Laurena R. Jauch. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Peusahaan*. Jakarta: Erlangga. 1997.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara. 2013.
- Jaiz, Muhammad. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2014.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2002.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media. 2004.
- Kotler, Philip dan Armstrong. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Integrafika. 1996.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat. 1998.
- Kotler, Philip. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Cv.Intermedia. 2000.
- Lubis, Suhardi K. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika. 2000.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat. 2013.

Moenir, H.A.S. *Pengembangan Perusahaan*. Bandung: Integrafika. 1996.

Mustag, Ahmad. *The Furture of Economics: An Islamic Perspektif*. Jakarta: Asy Syamil Press & Grafika. 2001.

Payne, Adrian. *Marketing Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Ofset. 2000.

Ramzy Tadjoeiddinn, Ahmad, Dkk. *Berbagai Aspek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Tiara Wacana. 1992.

Saefuddin, Am, Dkk. *Manajemen Pemasaran*. Bogor: Departemen Ilmu Sosial dan Ekonomi dan Pertanian. 1998.

Sula, Muhammad Syakir. *Muamalah Dalam Islam*. Jakarta: Setya Kencana. 2003.

Swasta, Basu dan Ibnu Sukotjo. *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Rkonomi Perusahaan Modern)*. Yogyakarta: Liberty. 2015.

Swasta, Basu. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberti. 1995.

Swastha, Basu dan Irwan. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty. 1997.

Wilson, Aubrey. *Promosi dan Reklame*. Jakarta: Mandar Maju. 1998.

Winardi. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Sinar Baru. 2000.

B. Skripsi / Jurnal / Kamus

Depag RI. 2000. *Alquran dan Terjemahan*. Jakarta.

Supriadi. *Strategi Pemasaran Jasa Hiburan dan Rekreasi Alam Mayang Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. UIN SUSKA: Skripsi. 2013.

Supriono R.A dan S.U. *Manajemen Strategi dan Kebijakanaksanaan Bisnis*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UGM. 1998.

Wirassamita, Rivai, dkk. *Kamus lengkap Ekonomi*. Bandung: Pionir Jaya. 2002.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

C. Wawancara

- Amirda, Pengawas Permainan, *Wawancara* tgl 30 Januari 2020.
- Anto, Pengawas Bebek Air, *Wawancara*, tgl 16 Januari 2020.
- Boy, Asisten Pimpinan Kasang Kulim Zoo, *Wawancara* tgl 6 Januari 2020.
- Desrizal, Pengawas Satwa, *Wawancara*, tgl 16 Januari 2020.
- Hardiman, Pengawas Ayunan, *Wawancara*, tgl 16 Januari 2020.
- Indra, Pemantau Menara Eiffel Mini, *Wawancara*, tgl 16 Januari 2020.
- Rozi, Penjaga Taman Pancing), *Wawancara*, tgl 16 Januari 2020.
- Rustam, Pengawas Panggung Hiburan, *Wawancara*, 16 Januari 2020.
- Suhen, Penjaga Kolam Renang, *Wawancara*, tgl 16 Januari 2020.

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.

DOKUMENTASI

© Hak cipta



Itan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



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.



of Sultan Syarif Kasim Riau



Lampiran 1: Kuesioner

KUESIONER

Responden yang terhormat,
 Nama saya Romatua lubis. Saya adalah Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang sedang melakukan penelitian pada Taman Satwa Kasang Kulim. Untuk itu, mohon kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini. Tidak ada jawaban yang salah dalam pengisian kuesioner ini dan identitas Saudara/i akan saya rakhaskan. Atas bantuan Saudara/i kami ucapkan banyak Terimakasih.

© Hak cipta dan hak milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

- Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip, menyalin, atau seluruhnya karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pendataan hanya untuk keperluan penelitian pendidikan, 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.

I.

PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah setiap pernyataan dibawah ini dengan teliti
2. Berilah tanda ceklis (✓) ataupun silang (X) pada jawaban yang paling sesuai menurut Anda.

Keterangan Jawaban:

Keterangan	Nilai
SS (Sangat Setuju)	4
S (Setuju)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

II.

IDENTITAS RESPONDEN

- Nama :
- Umur :
- Jenis Kelamin : Laki – Laki / Perempuan
- Pekerjaan :



III.

KUESIONER PENELITIAN

Strategi Produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

No.	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Produk jasa yang ada di Taman Satwa Kasang Kulim sangat bervariasi				
2	Produk jasa yang ada di Taman Satwa Kasang Kulim menurut saya sangat unit menarik				
3	Keluarga saya memilih liburan ke Taman Satwa Kasang Kulim karena penasarannya dengan produk jasa terbarunya				

IV.

KUESIONER PENELITIAN

Strategi Harga

No.	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Harga/Tarif masuk ke Taman Satwa Kasang Kulim sangat mahal				
2	Harga/Tarif masuk ke Taman Satwa Kasang Kulim menurut saya sedang-sedang saja				
3	Harga/Tarif masuk ke Taman Satwa Kasang Kulim termasuk murah				

V.

KUESIONER PENELITIAN

Strategi Promosi

No.	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Setika sampai di lokasi Taman Satwa Kasang Kulim saya melihat produk sesuai iklan				
2	Promosi yang dilakukan Taman Satwa Kasang Kulim sudah sangat maksimal				
3	Saya senang karena promosi Taman Satwa Kasang Kulim lebih dari yang saya perkirakan di iklan				
4	Selama berlibur di Taman Satwa Kasang Kulim saya merasa aman dan nyaman				
5	Disetiap sudut lokasi Taman Satwa Kasang Kulim terlihat bersih				

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

6

Keluarga saya memilih Taman Satwa Kasang Kulim sebagai tempat liburan karena keindahan nuansa alamnya

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 mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta 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.

PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa Hiburan dan Rekreasi Taman Satwa Kasang Kulim Zoo Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”, yang ditulis oleh:

Nama : Romatua Lubis
 NIM : 11625104359
 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, 08 Februari 2021

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL

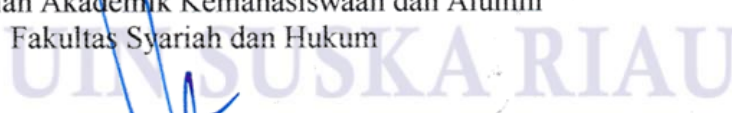
Sekretaris
Yuni Harlina, M.Sy

Penguji I
Rezi Andrini, ME

Penguji II
Dr. Nurnasrina, SE, M.Si

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

Jalinus, S.Ag
 NIP. 19750801 200701 1 023





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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

Unsur : 04/F.I/PP.00.9/4959/2020

Pekanbaru, 28 Juli 2020

Biaya :
 1 (satu) Proposal
 Mohon Izin Riset

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 : ROMATUA LUBIS
 NIM : 11625104359
 Jurusan : Ekonomi Syariah S1
 Semester : IX (Sembilan)
 Lokasi : Kasang Kulim Zoo

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : Strategi pemasaran jasa hiburan dan rekreasi taman satwa kasang kulim zoo menurut perspektif ekonomi syariah

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 terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag
 NIP. 19580712 198603 1 005
 Rector
 Dean



UIN SUSKA RIAU

Tembusan :
 Rektu UIN Suska Riau



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 : **ROMATUA LUBIS**
 NIM : **11625104359**
 Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**
 Judul : **STRATEGI PEMASARAN JASA HIBURAN DAN REKREASI TAMAN SATWA KASANG KULIM ZOO MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

Pembimbing : **Dr. Wahidin, S.Ag, M.Ag**

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

Pekanbaru, 09 Februari 2021

Pimpinan Redaksi,

M. Alpi Syahrin, S.H., M.H., 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2010.

Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di Mts Al-Mukhlisin (Sibuhuan) pada tahun 2010 dan lulus pada tahun 2013. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di MA Al-Mukhlisin (Sibuhuan) pada tahun 2013 dan lulus pada tahun 2016. Selanjutnya penulis melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi di UIN SUSKA RIAU Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Ekonomi Syariah.

Pada tahun 2019 penulis melakukan magang di Bank Riau Kepri dan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Di Desa Lubuk Mandian Gajah Kecamatan Bunut Kabupaten Pelalawan – Riau.

Penulis menyelesaikan Skripsi dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN JASA HIBURAN DAN REKREASI TAMAN SATWA KASANG KULIM ZOO MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”** dibawah bimbingan Bapak Dr. Wahidin, S.Ag, M.Ag.

Akhirnya tepat pada hari Rabu 03 Februari 2021 dimunaqasyahkan dalam sidang Panitia Ujian Sarjana (S1) Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau dan dinyatakan LULUS dan berhak menyandang gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE).

BIOGRAFI PENULIS

Penulis bernama ROMATUA LUBIS lahir di Desa Rao-rao Dolok pada tanggal 17 November 1997. Anak ke 8 dari 9 bersaudara dari buah hati Ayahanda Muhammad Nasir Lubis dan Ibunda Duma Sari Hasibuan. Pendidikan yang pertama penulis tempuh adalah SDN 101250 Janjiraja (Padang Lawas) selama enam tahun, yaitu mulai tahun 2004-

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.