



<b>NOMOR SKRIPSI</b>
<b>4636/MD-D/SD-S1/2021</b>

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PAKET IBADAH HAJI KHUSUS  
PADA PT NIAT SUCI KE BAITULLAH GROUP TOUR DAN  
TRAVEL PEKANBARU (RIAU)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Program Strata S1

Oleh :

**DESI NUR INDAH SARI**  
**NIM. 11744200740**

**KOSENTRASI MANAJEMEN HAJI DAN UMROH  
JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2021**

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.



## PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : **Desi Nur Indah Sari**  
NIM : 11744200740  
Judul : **Strategi Bauran Pemasaran Paket Ibadah Haji Khusus Pada PT Niat Suci ke Baitullah Group Tour dan Travel Pekanbaru (Riau)**

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 15 Juni 2021

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 24 Juni 2021



Dr. Mardin, MA  
NIP. 196606202006041015

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I

Dr. Toni Hartono, S.Ag, M.Si  
NIP. 197806052007011024

Penguji III

Imron Rosidi, S.Pd., M.A., Ph.D  
NIP. 198111182009011006

Sekretaris/ Penguji II

Muhrafi, M.Pd.I  
NIP. 196805132005011009

Penguji IV

Rafdeadi, S.Sos.I., M.A  
NIP. 198212252011011011



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
كلية الدعوة و الاتصال  
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> Email: [fdk@uin-suska.ac.id](mailto:fdk@uin-suska.ac.id)

**PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI**

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap penulis skripsi saudara:

Nama : Desi Nur Indah Sari

Nim : 11744200740

Judul Skripsi : **Strategi Bauran Pemasaran Paket Ibadah Haji Khusus Pada PT Niat Suci ke Baitullah Group Tour dan Travel Pekanbaru (Riau)**

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos.).

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Mengetahui

Mengetahui

Ketua Program Studi

**Imron Rosidi, S.Pd. M.A. Ph.D**

NIP.19811118 2009011006

Pembimbing

**Nur Alhidayatillah, M.Kom.I**

NIP/NIK.130417027

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

ciptamilik

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.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

## PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji Pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Desi Nur Indah Sari  
NIM : 11744200740  
Judul : Strategi Bauran Pemasaran Paket Ibadah Haji Khusus pada PT Niat Suci Ke Baitullah Group Tour dan Travel Pekanbaru (Riau)

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Jum'at  
Tanggal : 15 Mei 2020

Dapat diterima untuk dilanjutkan Menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 15 Mei 2020

**Penguji Seminar Proposal,**

Penguji I,

Digitally signed by Dr. Masduki, M.Ag  
Date: 2020.11.28 15:23:16 +07'00'

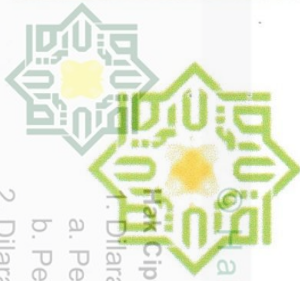
**Dr. Masduki, M.Ag**  
NIP. 1971 0612 199813 1 003

Penguji II,

**Khairuddin, M.Ag**  
NIP.197208172009101002

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.



KEMENTERIAN AGAMA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223  
 Fax. 0761-562052 Web www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 5 April 2021

Dosen Pembimbing Skripsi

Nomor : Nota Dinas

Kepada Yth,

Lampiran : 5 (Eksemplar) Skripsi

Dekan

Hal : **Pengajuan Ujian Skripsi**

Fakultas Dakwah dan

Kominikasi

Desi Nur Indah Sari

Di Pekanbaru

*Assalamua'alaikum Wr. Wb.*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan atau perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini, maka kami sebagai pembimbing skripsi saudari **Desi Nur Indah Sari, NIM. 11744200740** dengan judul **“Strategi Bauran Pemasaran Paket Ibadah Haji Khusus Pada PT Niat Suci Ke Baitullah Tour Dan Travel Pekan Baru Riau (Riau)”** telah dapat diajukan untuk mengikuti ujian Munaqasah guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat pengajuan ini kami buat, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing

**Nur Alhidayatillah, M.Kom.I**  
**NIP/NIK.130417027**

Hal-hal yang diizinkan dan dilarang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- 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.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web www.uin-suska.ac.id. E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desi Nur Indah Sari  
Nim : 11744200740  
Tempat/ tanggal lahir : Dusun Bangun Jadi, 04 Mei 1999  
Jurusan : Manajemen Dakwah  
Judul Skripsi : **“Strategi Bauran Pemasaran Paket Ibadah Haji Khusus Pada PT Niat Suci ke Baitullah Group Tour dan Travel Pekanbaru (Riau)”**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan penerapan asli dari saya sendiri. Baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini, jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan karya tulis ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta undang-undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 28 Juni 2021  
Yang membuat pernyataan,



**DESI NUR INDAH SARI**  
NIM. 1174420740

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



## ABSTRAK

**Nama** : Desi Nur Indah Sari  
**Jurusan** : Manajemen Dakwah  
**Judul** : Strategi Bauran Pemasaran Paket Ibadah Haji Khusus pada PT Niat Suci Ke Baitullah Group Tour dan Travel Pekanbaru (Riau)

Strategi merupakan pola, rencana maupun taktik tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Bauran pemasaran merupakan alat-alat pendukung suatu pemasaran. Sedangkan paket ibadah haji khusus merupakan paket ibadah haji yang memiliki fasilitas lebih maksimal dibandingkan paket ibadah haji biasa. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi bauran pemasaran paket ibadah haji khusus yang dilakukan pada PT Niat Suci ke Baitullah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bauran pemasaran paket ibadah haji khusus pada PT Niat Suci ke Baitullah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan cara memaparkan data yang terdapat di lapangan kemudian hasil penelitian tersebut dianalisa secara deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi dengan informan penelitian berjumlah 6 orang yang merupakan pimpinan, karyawan dan jamaah PT Niat Suci ke Baitullah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam memasarkan paket ibadah haji khusus PT Niat Suci ke Baitullah telah menerapkan 9 elemen bauran pemasaran diantaranya produk, harga, promosi, tempat distribusi, sumber daya manusia, proses, bukti fisik, kemasan dan pembayaran. Dari sembilan elemen tersebut terdapat dua elemen yang harus diperhatikan yaitu promosi dan sumber daya manusia. Karena dari segi promosi informasi terkait paket ibadah haji khusus masih kurang lengkap dibandingkan paket ibadah umroh. Dari segi sumber daya manusia tidak adanya sistem pelatihan dalam mempekerjakan karyawan.

**Kata kunci** : *Strategi, Bauran Pemasaran, Paket Ibadah Haji Khusus*

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.

## ABSTRACT

**Name** : Desi Nur Indah Sari  
**Department** : Management of Dakwah  
**Title** : Marketing Mix Strategy for Special Hajj Packages at PT Niat Suci Ke Baitullah Group Tour and Travel Pekanbaru (Riau)

Strategy is a certain pattern, plan or tactic to achieve a goal. The marketing mix is a means of supporting a marketing. Meanwhile, the special pilgrimage package is a pilgrimage package that has more maximum facilities than the usual pilgrimage package. The research question is how the marketing mix strategy for the special pilgrimage packages is carried out at PT Niat Suci ke Baitullah. This study aims to know the marketing mix strategy of special pilgrimage packages at PT Niat Suci ke Baitullah. In this study, the researcher uses a qualitative descriptive method by explaining the data contained in the field and then the results of the research are analyzed descriptively qualitatively. Data is collected from interviews, observations and documentation. The research informants are 6 people who are leaders, employees and pilgrims of PT Niat Suci ke Baitullah. The results show that in marketing the special Hajj pilgrimage packages, PT Niat Suci ke Baitullah has implemented 9 marketing mix elements including product, price, promotion, distribution place, human resources, process, physical evidence, packaging and payment. Of the nine elements, there are two elements that must be considered, namely promotion and human resources. This is because in terms of promotion of information related to special Hajj packages, it is still less complete than Umrah packages. In terms of human resources, there is no training system for employees.

**Keywords:** Strategy, Marketing Mix, Special Hajj Packages

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





## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah tuhan semesta alam yang telah memberikan nikmat berupa iman dan Islam. Sholawat dan salam tidak lupa kita curahkan kepada nabi Muhammad Sallallahu alaihi wasalam yang telah menghabiskan 23 tahun dari masa hidupnya untuk menyebarkan agama Islam sehingga kita dapat menganutnya. Selanjutnya untuk istri-istri beliau yang senantiasa menemani dalam dakwahnya, kemudian untuk para sahabat yang selalu berjuang bersama beliau terutama untuk Abu Bakar As Siddiq, Umar Bin Khatab, Utsman Bin Affan dan Ali Bin Abi Thalib.

Alhamdulillah berkat rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun maksud dan tujuan penulis disini yaitu menyajikan beberapa hal yang menjadi materi skripsi ini. Skripsi ini membahas mengenai **Strategi Bauran Pemasaran Paket Ibadah Haji Khusus Pada PT Niat Suci ke Baitullah Group Tour dan Travel Pekanbaru (Riau).**

Saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu :

1. Allah SWT, serta kepada kedua orang tua Ayahanda (Sadi) dan Ibunda (Siti Khadijah S.Pd.I) tercinta yang selalu memberikan do'a restu dan ridhonya serta dukungan sehingga Allah SWT memberikan kemudahan dan juga kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Terimakasih kepada Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
3. Bapak Drs. H. Suryan A.Jamrah, MA Dr.H.Kusnadi, M.Pd Drs.H.Promadadi, MA,Ph.D selaku wakil rektor bidang akademi dan pengembangan agama, wakil rektor administrasi umum perencanaan dan keuangan, dan wakil rektor bidang kemahasiswaan dan kerja sama Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
4. Bapak Dr. Nurdin, MA selaku dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Bapak Dr. Masduki, M.Ag Dr. Toni Hartono, M.Si dan Dr. Azni. M.Ag selaku wakil dekan I II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
6. Bapak Imron Rosidi, MA Ph.D selaku ketua jurusan Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
7. Bapak Khairuddin, M.Ag selaku sekretaris jurusan Manajemen Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
8. Ibu Nur Alhidayatillah, M.Kom.I selaku dosen pembimbing yang telah berkenan membimbing dan memberi saran dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Bapak Dr. Arwan M.Ag selaku Penasehat Akademik jurusan Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
10. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang sudah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi di jurusan Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
11. Seluruh keluarga besar PT Niat Suci ke Baitullah yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian dan memberikan informasi kepada penulis terkait strategi bauran pemasaran yang dilakukan pada PT Niat Suci ke Baitullah
12. Saudara penulis Alfin Syahri Rahmad, Abdul Rohman Riwanda, Hasan Sanusi dan Dina Nur Nita Alfiani, yang selama ini sudah memberikan motivasi kepada penulis
13. Rekan dan sahabat terbaik penulis Ryan Aditia Wijaya, Renata Banowati, Fitriah, Sri Lestari, Ega Cindy Claudia, Sri Agustina, Zunaidi, Harun, Nelda, Joyo Susanto, Dicky Saprian, Karmila, Yuri, Siti Nurhayati dan Kinanti Arumbinang yang senantiasa memberikan dorongan serta bersedia bertukar pikiran kepada penulis, serta teman-teman seperjuangan Manajemen Dakwah tahun 2017
14. Keluarga besar penulis yang sudah memberikan nasehat-nasehat agar selalu semangat dalam menyelesaikan pendidikan

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.

15. Keluarga besar Praktek Kerja Lapangan Kantor Wilayah Kementrian Agama Provinsi Riau

Penulis menyadari bahwa didalam penulisan skripsi ini masih banyak ditemukan kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran dari teman-teman dan Bapak/Ibu dosen demi kesempurnaan skripsi yang akan datang agar lebih baik lagi. Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada semua teman-teman dan dosen yang telah membimbing selama ini dalam penyusunan Skripsi.

Pekanbaru, 29 Maret 2021

**DESI NUR INDAH SARI**

**11744200740**

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

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Penegasan Istilah .....	3
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	5
F. Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	7
B. Landasan Teori .....	8
C. Kerangka Pemikiran .....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Metodologi Penelitian .....	25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	25
C. Informan Penelitian .....	26
D. Sumber Data Penelitian .....	26
E. Teknik Pengumpulan Data .....	27
F. Validitas Data .....	28
G. Teknik analisis Data .....	28
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Sejarah PT Niat Suci ke Baitullah .....	30
B. Struktur Organisasi PT Niat Suci ke Baitullah .....	31
C. Visi dan Misi PT Niat Suci ke Baitullah .....	33

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

D. Aktifitas Perjalanan 30 hari Jamaah Haji pada PT Niat Suci ke Baitullah .....	34
E. Fasilitas yang diberikan PT Niat Suci ke Baitullah .....	35
F. Persyaratan Pendaftaran Jamaah haji pada PT Niat Suci ke Baitullah .....	36

**BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

A. Hasil Penelitian .....	37
B. Pembahasan .....	49

**BAB VI PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	64
B. Saran .....	64

**DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Informan Penelitian.....	26
--------------------------------------	----



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

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Berpikir .....	24
Gambar V.1 Brosur PT NSK .....	42
Gambar V.2 Brosur PT NSK .....	47
Gambar V.3 Postingan Instagram PT Niat Suci ke Baitullah .....	56



- 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 LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pedoman Wawancara

Lampiran 2. Dokumentasi



- 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

Di dalam rukun Islam yang kelima ditegaskan bahwa menunaikan ibadah haji merupakan suatu kewajiban bagi umat Islam yang mampu secara jasmani, rohani dan ekonomi. Oleh karena itu setiap umat Islam berlomba-lomba untuk segera menunaikan ibadah haji seiring dengan itu perjalanan haji juga sering diidentikkan dengan perjalanan rohani, karena secara kejiwaan harus benar-benar siap. Apabila hendak menunaikan ibadah haji keluar dari rumah menuju Masjidil Haram hendaknya menahan nafsu dan syahwat, menjauhi perbuatan fasik, pertengkaran dan pertumpahan darah. Kita juga harus menjaga sopan santun, hormat, lemah lembut dan khusyuk takala membayangkan diri kita menghadap Allah SWT. Oleh karena itu, secara rohaniyah harus benar-benar siap sehingga mampu menunaikan niat suci tersebut.

Bagi jamaah yang melaksanakan ibadah haji tentu akan merasakan kenikmatan-kenikmatan yang luar biasa selama proses penunaianya. Dari tahun ke tahun jumlah jamaah haji terus meningkat, hal ini membuktikan bahwa ibadah haji sangatlah penting untuk dikerjakan oleh umat Islam. Selain hukumnya wajib bagi yang mampu, ibadah haji juga dapat mensucikan diri dari hal-hal yang buruk, dalam hal ini Rasulullah SAW memberikan suatu teguran keras bagi umat Islam yang tidak menunaikannya, yaitu mereka akan menghadap kepada Allah dalam keadaan Yahudi ataupun Nasrani, dan tidak diakui sebagai pengikut Rasulullah SAW.<sup>1</sup>

Dengan meningkatnya kemampuan ekonomi di Indonesia, jumlah jamaah haji Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, banyak alasan umat Islam melaksanakan ibadah haji salah satunya yaitu meningkatkan amal kebaikan dan memperoleh status sosial, sehingga

---

<sup>1</sup> Djalaludin Dimjati, *Panduan Ibadah Haji dan Umroh Lengkap Disertai Rahasia dan Hikmahnya*, (Solo: PT.Era Adicitra Intermedia,2011), hlm.1.



#### 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.

pemerintah terus mengupayakan perpendekan masa tunggu jamaah haji, masih tingginya daftar tunggu bagi jamaah Indonesia membuat pemerintah berencana mensosialisasikan kewajiban menunaikan ibadah haji sekali seumur hidup.

Dari kuota yang telah diberikan dalam (KTT OKI) Konferensi Tingkat Tinggi Organisasi Konferensi Islam, maka ditetapkan porsi nasional jamaah haji Indonesia dialokasikan ke setiap masing-masing provinsi yang ada di Indonesia sesuai dengan kuota masing-masing provinsi, petugas sekaligus BPIH khusus, hal ini dikarenakan adanya daftar tunggu haji di Indonesia yang cukup lama sehingga banyak masyarakat Indonesia menggunakan cara pintas untuk menunaikan ibadah haji dengan menggunakan jasa penyelenggara ibadah haji khusus atau yang lebih dikenal dengan singkatan (PIHK), meskipun pada hakikatnya biaya yang dikeluarkan untuk ibadah haji khusus jauh lebih mahal dibandingkan dengan haji reguler, namun haji khusus ini memiliki kelebihan salah satunya yaitu masa tungguanya lebih cepat dari pada haji reguler.<sup>2</sup>

Banyaknya jumlah Penyelenggara Ibadah Haji Khusus( PIHK) dan Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umroh (PPIU) yang semakin meningkat dan terus bertambah bahkan saat ini sudah terdapat 500 PIHK dan PPIU yang sudah terdaftar pada AMPHURI (Asosiasi Muslim Pengusaha Haji Umroh Republik Indonesia). Hal tersebut membuat pihak swasta Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK) yang telah mendapatkan izin dari pemerintah langsung cepat tanggap, maka semakin mempengaruhi pengusaha untuk membuka bisnis sebagai PIHK, hal ini dapat dilihat dari banyaknya travel haji dan umroh yang ada di kota besar maupun di daerah terpencil. Hal tersebut membuat perusahaan dibidang travel haji dan umroh berusaha untuk mendapatkan jamaah tentunya dengan melakukan marketing yang semakin

<sup>2</sup> Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji Departemen Agama RI, *Realitas dan Tantangan Penyelenggaraan Ibadah Haji*, (Jakarta: PT Mediacita,2003), Hlm.54



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Sarjadin Kasim Riau

dimodifikasi, dimana masing-masing perusahaan memiliki target untuk memajukan bisnisnya.<sup>3</sup>

Di Pekanbaru (Riau) sudah banyak jasa penyelenggaraan ibadah haji dan umroh salah satunya adalah PT Niat Suci ke Baitullah. PT Niat Suci ke Baitullah adalah perusahaan yang bergerak dibidang penyelenggaraan ibadah haji dan umroh yang sudah mendapatkan surat izin dari kemenag RI melalui PT Mayyasa Wisata Mulya.<sup>4</sup> Hal ini tentu menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan agar produk yang dipasarkan oleh PT Niat Suci ke Baitullah dapat terjual dipasaran dengan membuat strategi pemasaran yang baik, didalam strategi tersebut terdapat unsur-unsur bauran pemasaran yang harus dilaksanakan diantaranya produk, harga, promosi, tempat distribusi, sumber daya manusia, proses, bukti fisik, kemasan dan pembayaran sehingga membuat total 9 elemen bauran pemasaran yang menjadi fokus penelitian sekaligus membedakan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.

Menanggapi masalah diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Bauran Pemasaran Paket Ibadah Haji Khusus Pada PT Niat Suci Ke Baitullah Group Tour dan Travel Pekanbaru (Riau)**

## B. Penegasan Istilah

Pada penelitian ini yang berjudul ‘Strategi Bauran Pemasaran Paket Ibadah Haji Khusus pada PT Niat Suci ke Baitullah Group Tour dan travel Pekanbaru (Riau)’ penulis berusaha mempertegas beberapa istilah yang nantinya akan menjadi kata kunci pada penelitian ini, hal ini guna menghindari terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan yaitu kesalah pahaman maupun kerancuan terhadap judul penelitian ini, maka beberapa penegasan istilah dalam penelitian ini yaitu :

<sup>3</sup> Muchlis Hanafi, *Kontekstualisasi Haji Ikhtiar Mengembangkan Fiqih Haji Kontemporer* (JCC : International Conference On Hajj And Umra ,2012), Hlm. 1.

<sup>4</sup> Wawancara oleh karyawan PT NSK bapak Ibnu Susanto di PT Niat Suci ke Baitullah pada 13 maret 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.

## 1. Strategi

Menurut Chandler strategi yaitu penentuan sasaran dan tujuan jangka panjang perusahaan dengan diterapkannya kasi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.<sup>5</sup>

Strategi yang dimaksud pada penelitian ini yaitu penentuan sasaran jangka panjang dan aloksi sumber daya yang dilakukan oleh PT Niat Suci ke Baitullah untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

## 2. Bauran Pemasaran

Buaran pemasaran yaitu variabel-variabel pemasaran yang terkontrol yang terkombinasi atau gabungan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dalam sebuah pemasaran.<sup>6</sup>

Bauran pemasaran yang dimaksud disini yaitu bagaimana PT Niat Suci ke Baitullah menggunakan sembilan elemen bauran pemasaran untuk memasarkan produk sehingga terjual di pasaran.

## 3. Paket Ibadah Haji Khusus

Paket ibadah haji khusus merupakan paket perjalanan ibadah haji yang diselenggarakan oleh travel swasta dengan fasilitas yang lebih baik dari pada paket ibadah haji reguler.<sup>7</sup>

Paket ibadah haji khusus yang dimaksud pada penelitian ini yaitu salah satu produk ibadah haji yang dihasilkan oleh PT Niat Suci ke Baitullah.

## 4. PT Niat Suci ke Baitullah

PT Niat Suci ke Baitullah merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa penyelenggara ibadah haji dan umroh yang terletak di jalan Melati, Garuda Sakti, yang telah menyediakan berbagai macam produk untuk ditawarkan kepada jamaah.

<sup>5</sup> Mudrajad Kuncoro. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. (Jakarta: PT Glora Aksara Pratama, 2005), Hlm.1

<sup>6</sup> Ali Hasan. *Marketing Bank Syariah*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010) h. 8-13

<sup>7</sup> <https://www.travelumrohaji.co.id/2021/01/perbedaan-haji-reguler-dan-plus.html> diakses pada 01 Januari 2021



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana strategi bauran pemasaran paket ibadah haji khusus yang dilakukan pada PT Niat Suci ke Baitullah Trouur dan Travel Pekanbaru (Riau)?

### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi bauran pemasaran yang dilakukan pada PT Niat Suci ke Baitullah Group Tour dan Travel Pekanbaru (Riau).

### E. Manfaat Penelitian

#### 1. Bagi peneliti

Sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah khazanah intelektual tentang strategi bauran pemasaran dan melatih penulis untuk menerapkan teori-teori yang dipelajari selama masa perkuliahan.

#### 2. Bagi pembaca

Diharapkan dapat menjadi referensi bagi PT Niat Suci ke Baitullah Group Tour dan Travel Pekanbaru (Riau) pada khususnya, dan bagi orang-orang yang membutuhkan ilmu seputar strategi bauran pemasaran pada umumnya.

### F. Sistematika Penulisan

#### BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian

#### BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan penelitian terdahulu, landasan teori dan kerangka pikir.

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

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisi metodologi penelitian, lokasi dan waktu penelitian, informan penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data

**BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Pada bab ini berisi sejarah PT Niat Suci ke Baitullah, struktur organisasi PT Niat Suci ke Baitullah, visi dan misi PT Niat Suci ke Baitullah, aktifitas perjalanan 30 hari jamaah haji PT Niat Suci ke Baitullah, dan persyaratan pendaftaran jamaah haji PT Niat Suci ke Baitullah

**BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

Pada bab ini berisi hasil dan pembahasan penelitian

**BAB VI : PENUTUP**

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### A. Penelitian Terdahulu

Adapun tujuan dari penelitian terdahulu yaitu untuk menunjukkan keaslian penelitian dan untuk membedakan penelitian yang lain serta mengetahui adanya kerancuan objek dan segala masalah yang sudah diteliti sebelumnya, maka untuk mempermudah pembahasan penelitian ini, peneliti berusaha mencari referensi yang relevan dengan topik yang diambil dari beberapa penelitian terdahulu diantaranya :

1. Penelitian Rahmat Hidayat H jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang berjudul “*Strategi Pemasaran Usaha Travel Haji dan Umroh PT Multazam Wisata Agung Cabang Pekanbaru dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Ditinjau dari Perspektif Islam*”. Adapun permasalahan yang diangkat pada penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian sebelumnya penulis berusaha menuangkan seperti apa strategi pemasaran usaha travel haji dan umroh berdasarkan perspektif ekonomi Islam, hasilnya adalah strategi pemasaran yang baik pada hakekatnya harus dilandasi dengan moral dan etika Islam.<sup>8</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu strategi pemasarannya ditinjau berdasarkan ekonomi Islam secara khusus, sedangkan pada penelitian ini lebih difokuskan pada bauran pemasarannya.
2. Penelitian Muhammad Yusuf Sayudi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “*Analisis Strategi Bauran Pemasaran Haji dan Umroh Pada PT.NRA Tour Jakarta Selatan*”. Adapun permasalahan yang diangkat pada penelitian tersebut yaitu penulis bermaksud melakukan analisis kinerja PT.NRA Tour dan Travel dalam

---

<sup>8</sup> Rahmat Hidayat, *Strategi Pemasaran Usaha Travel Haji dan Umroh PT Multazam Wisata Agung Cabang Pekanbaru dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Ditinjau dari Perspektif Islam*, (Pekanbaru,2019), Hlm.9.



## 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 untuk meningkatkan penjualannya berdasarkan empat bauran pemasaran. Hasilnya adalah strategi pemasaran sangat berpengaruh dalam proses penjualan mulai dari produk, harga, distribusi dan promosi.<sup>9</sup> Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada objek penelitian, pada penelitian sebelumnya hanya membahas mengenai strategi pemasaran berdasarkan empat bauran pemasaran, sedangkan pada penelitian ini peneliti membahas strategi bauran pemasaran dengan menggunakan sembilan elemen bauran pemasaran.

3. Penelitian Aprian Azhari Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang berjudul “*Upaya Pemasaran Paket Ibadah Haji dan Umroh di PT.Rihlan Alatas KC Pekanbaru*”. Adapun permasalahan yang diangkat pada penelitian sebelumnya yaitu penulis ingin mengetahui perencanaan yang baik dari sebuah strategi pemasaran berdasarkan empat bauran pemasaran. Hasilnya adalah perencanaan strategi yang baik sangat berpengaruh oleh kesuksesan suatu pemasaran.<sup>10</sup> Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini yaitu terletak pada tempat penelitian, penelitian sebelumnya berada pada PT Rihlan Alatas Kc Pekanbaru, sedangkan penelitian ini bertempat di PT NSK (Niat Suci Ke Baitullah) Group Tour dan Travel Garuda Sakti Pekanbaru (Riau), Selain itu perbedaannya terletak pada teori pemasarannya, penelitian sebelumnya menggunakan teori *marketing mix* 4p, sedangkan penelitian ini menggunakan teori *marketing mix* 9p.

## B. Landasan Teori

### 1. Pengertian Strategi Pemasaran

Suatu strategi haruslah memiliki dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju, sehingga strategi penting sebagai alat yang digunakan

<sup>9</sup> Muhammad Yusuf Wahyudi, *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Haji & Umroh Pada PT.Nratour & Travel*, (Jakarta Selatan, 2013), Hlm.7.

<sup>10</sup> Aprian Azhari, *Upaya Pemasaran Paket Ibadah Haji dan Umroh di Pt.Rihlan Alatas Kc Pekan Baru*, (Pekan Baru,2019), Hlm.3.





## 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.

untuk mencapai tujuan suatu organisasi. Pengertian strategi sendiri berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* (seni berperang) yang artinya kepemimpinan dalam ketentaraan dan merupakan kombinasi dari kata *stratus* (tentara) dan *ago* (memimpin).<sup>11</sup>

Strategi juga dikenal sebagai cara atau taktik tertentu yang hendak dicapai oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencari sasaran khusus.<sup>12</sup>

Menurut Pierce Robinson, dalam Fendy Tjiptono strategi memiliki arti sebagai *game plan* didalam suatu perusahaan dimana terdapat beberapa sumber yaitu sumber daya manusia, material maupun uang yang telah dialokasikan melalui rencana yang telah diformulasikan dan didesain sedemikian rupa hingga tersedia suatu kerangka kerja yang memungkinkan pengembalian keputusan-keputusan yang bersifat manajerial. Strategi juga dapat dikatakan sebagai cerminan dari pada kesadaran organisasi maupun suatu perusahaan terhadap apa, siapa, kapan, dimana, dan bagaimana hal tersebut dilakukan dimana strategi tersebut harus disesuaikan dengan sumber daya organisasi yang dimiliki perusahaan. Menurut Chandler dan Andrews strategi merupakan penentuan tujuan jangka panjang suatu perusahaan dan adopsi tindakan dalam alokasi sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan tujuan-tujuan.<sup>13</sup>

Menurut W.Y Stanton pemasaran merupakan segala sesuatu yang meliputi sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan, mendistribusikan jasa agar bisa memuaskan kebutuhan pembeli secara aktual maupun potensial.<sup>14</sup>

<sup>11</sup> Fred R David. *Manajemen Strategik*, (Jakarta: PT Ndeks Kelompok Gramedia, 2004), Hlm.34.

<sup>12</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), Hlm.1092.

<sup>13</sup> Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta : Erlangga , 2009), Hlm.72.

<sup>14</sup> Haryani Nurrahmi, *Manajemen Pemasaran*, (Pekanbaru: Suska Press,2012), Hlm.86.



## 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.

Pemasaran menurut KBBI (kamus besar bahasa Indonesia) yaitu proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan.<sup>15</sup> Menurut Wiliam J Stanton, pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang diajukan untuk merencanakan, menentukan harga mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial.<sup>16</sup>

Pemasaran juga diartikan sebagai proses perencanaan serta pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individual dan organisasi.<sup>17</sup>

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah upaya untuk memasarkan suatu produk baik itu barang maupun jasa menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi.

## 2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

### a. Pengertian Bauran Pemasaran

Indriyo Gitosudarmo menuliskan definisi *Marketing Mix* menggunakan definisi Kotler dan Armstrong bauran pemasaran adalah sejumlah alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk meyakinkan obyek pemasaran atau target pasar yang dituju.<sup>18</sup>

Philip Kotler mengungkapkan bahwa bauran pemasaran sebagai serangkaian variabel pemasaran terkendali yang dipakai oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang dikendalikan perusahaan dari pasar sasaran, bauran pemasaran terdiri dari segala hal yang dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan

<sup>15</sup> Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta :Balai Pustaka, 2002), Hlm.1250.

<sup>16</sup> Basu Swastha dan Ibnu Sukatjo, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta : Liberty, 2002), Hlm. 179.

<sup>17</sup> Nurahmi Hayati, *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi* (Pekanbaru : Suska press,2012), Hlm.1.

<sup>18</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Pengantar Bisnis*, Edisi II, (Yogyakarta: BPFE, 1996), Hlm. 181.



produknya yang dikenal dengan “Empat P” yaitu product, price, place, dan promotion.<sup>19</sup>

Dari keempat variabel strategi tersebut sangat mempengaruhi pemasaran, sehingga semuanya penting sebagai suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan sebagai acuan atau bauran. Untuk mencapai perusahaan dalam bidang pemasaran, pedoman yang mampu diandalkan seorang pemimpin itu sangatlah penting. Oleh karena itu strategi bauran pemasaran (marketing mix) yang menggunakan unsur variabel ke empat tersebut sangat diperlukan dalam kegiatan pemasaran.<sup>20</sup>

Akan tetapi pada teori bauran pemasaran 4P tradisional, masih dirasa kurang mencukupi sehingga banyak pakar yang mendefinisikan ulang bauran pemasaran sedemikian rupa sehingga lebih aplikatif untuk sektor jasa. Hasilnya untuk bidang jasa keempat hal tersebut (*product, price, promotion, place*) oleh pakar pemasaran di tambahkan tiga unsur lagi (*people, process, dan costemer servis/pelayanan konsumen*). Wiliam G Nickles dan Marvin A Jolson dari University Of Maryland menyarankan dimasukkan nya kemasan, tetapi hal itu tidak diterima dengan baik hingga abad ke 21 sementara itu 3P juga dimasukkan ke dalam bauran pemasaran diantaranya people, proses dan bukti fisik masing-masing, yang melayani terutama di industri jasa yang saat ini sudah banyak diakui. Pada tahun 2008, Bryan K hukum *fox college of business* menyarankan bahwa pembayaran juga harus disertakan sebagai kemudahan dan keamanan transaksi memainkan peran penting dalam pemasaran terutama di era digital seperti ini, hal tersebut membuat total 9 elemen dalam pemasaran.<sup>21</sup>

<sup>19</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, “*Manajemen Pemasaran*”, Terjemah Benyamin Molan, Edisi 13, (Jakarta: PT.Indeks, 2009 ) Hlm.189.

<sup>20</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), Hlm.181.

<sup>21</sup> <http://www.foxbusinessjournal.com/mkt/9Ps.html> diakses pada tanggal 10 April 2016

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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



#### Hak Cipta 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.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa, marketing mix merupakan variabel yang digunakan pedoman perusahaan untuk menggerakkan perusahaan mencapai tujuan memuaskan pelanggan. Pada pemasaran jasa, pendekatan strategis diarahkan pada kemampuan pemasar menemukan cara untuk “*mewujudkan*” yang tidak berwujud, meningkatkan produktivitas penyedia yang tidak terpisahkan dari produk itu, membuat standar kualitas sehubungan dengan adanya variabilitas, dan mempengaruhi gerakan permintaan dan pemasok kapasitas mengingat jasa tidak tahan lama.

### 1) Unsur-unsur bauran pemasaran (Marketing Mix)

Adapun pemaparan 9 unsur-unsur bauran pemasaran *Strategy Marketing Mix* adalah sebagai berikut :

#### a) *Product* (Produk)

Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.<sup>22</sup> Menurut Hermawan Kertajaya, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, lokasi, organisasi dan gagasan atau buah pikiran.<sup>23</sup>

Sedangkan dalam buku Basu Swatha, definisi produk adalah sebagai suatu sifat yang kompleks, baik dapat diraba termasuk bungkus, warna, harga, persentase perusahaan dan

<sup>22</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Terjemah Herujati Purwoko, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), Hlm. 560.

<sup>23</sup> Hermawan Kertajaya, *Marketing Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), Hlm. 45.

#### 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.

pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya.<sup>24</sup>

#### (1) Unsur-Unsur Produk

Produk jasa terdiri atas produk inti dan serangkaian elemen tambahan. Produk inti yang menjawab kebutuhan primer para pelanggan, dan serangkaian elemen tambahan (*supplementary service elements*) yang secara bersamaan memperkuat nilai tambah produk, untuk membantu para pelanggan untuk menggunakan produk inti secara lebih efektif.<sup>25</sup>

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani total produk menunjukkan adanya kesempatan untuk menyediakan nilai tambah bagi konsumen. Nilai ditambahkan melalui penciptaan nama merek yang kuat. Menurut Lehmann dan Winer yang tertulis dalam buku Lupiyoadi dan Hamdani bahwa penilaian konsumen atas merek dibagi menjadi tiga unsur dasar, yaitu:

- (a) Pentingnya situasi pemakaian.
- (b) Keefektifan kategori produk dalam situasi itu.
- (c) Efektivitas relative dari mereka dalam situasi itu.

#### (2) Tingkatan Produk

Dalam merencanakan penawaran untuk sebuah produk, pemasar perlu memahami tingkatan produk, yaitu sebagai berikut:

- (a) Produk utama/inti yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.

<sup>24</sup> Basu Swatha, *Azas-azas Marketing*, Edisi ke tiga, (Yogyakarta: Liberty, 2000), Hlm. 94

<sup>25</sup> Christopher Lovelock, dkk, *Pemasaran Jasa Manusia Teknologi Strategi*, Jilid 1, Edisi Ketujuh, (Jakarta: Erlangga, 2010), Hlm. 25 .



#### 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) Produk Generik (*generic product*), yaitu produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar (rancangan produk minimal agar dapat berfungsi).
- (c) Produk Harapan (*expected product*), yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara layak diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
- (d) Produk Pelengkap (*augmented product*), yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk pesaing.
- (e) Produk Potensial, yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk dimasa yang akan datang.<sup>26</sup>

Agar produk dapat berhasil, maka haruslah dilakukan penelitian dan pengembangan produk. Dalam buku Indriyo Gito Sudarma memaparkan lima hal yang perlu dikembangkan, yaitu:

- (1) Daya saing produk berdasarkan kualitas
- (2) Produk harus dapat memenuhi kebutuhan riil konsumen
- (3) Produk baru harus dapat berperan positif terhadap produk yang lain
- (4) Produk harus berperan positif terhadap citra perusahaan (*Corporate Image*)
- (5) Hak paten produk.

Daya saing produk tentu saja akan sangat ditentukan oleh harga jual produksinya. Biaya produksi sangat berkaitan dengan teknologi atau fasilitas yang digunakan dalam proses produksi.

<sup>26</sup> Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2008), Hlm. 156.

## 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 harus mampu memenuhi kebutuhan riil konsumen. Apabila produk tersebut benar-benar memenuhi kebutuhan riil konsumen, maka produk tersebut menjadi produk yang berhasil. Produk yang baik serta beraneka ragam, akan membentuk citra positif terhadap perusahaan atau korporasi. Selain itu hak paten juga perlu dilakukan korporasi atau perusahaan untuk melindungi atau memberi kekuatan pada produk.<sup>27</sup>

**b. Price (Harga)**

Harga merupakan sejumlah uang (ditambah dengan beberapa barang jika mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.<sup>28</sup> Didalam ekonomi teori, pengertian harga, nilai (value), dan *utility* merupakan konsep yang saling berhubungan. Yang dimaksud dengan *utility* ialah atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan memuaskan konsumen (*satisfaction*). Value adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai dapat dilihat dalam situasi barter, akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga. Jadi, harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.<sup>29</sup>

Prinsip-prinsip penetapan harga secara singkat, menurut Kotler (1996) yang ditulis dalam buku Buchari Alma prinsip-prinsip penetapan harga adalah sebagai berikut:

- 1) Mempertimbangkan sejumlah faktor dalam menetapkan harga yaitu pemilihan tujuan penetapan harga, menentukan tingkat permintaan, perkiraan biaya, menganalisa harga yang ditetapkan

<sup>27</sup> Indriyo Gitosudarma, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua ( Yogyakarta: BPF E Yogyakarta, 2014), Hlm. 123 .

<sup>28</sup> Swastha Basu dan Ibnu Sukotomo, *Pengantar Bisnis Modern Edisi Ke-3*. (Yogyakarta:Liberty,2007), Hlm. 211.

<sup>29</sup> Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2008), Hlm. 306.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

dan produk yang ditawarkan pesaing, pemilihan metode penetapan harga, serta menentukan harga akhir.

- 2) Tidak harus selalu berupaya mencari profit maksimum melalui penetapan harga maksimum, tetapi dapat pula dicapai dengan cara memaksimalkan penerimaan sekarang, memaksimalkan penguasaan pasar atau kemungkinan lainnya.
- 3) Para pemasar hendaknya memahami seberapa responsive permintaan terhadap perubahan harga. Berbagai jenis biaya harus dipertimbangkan dalam menetapkan harga, termasuk didalamnya adalah biaya langsung dan tidak langsung, biaya tetap dan biaya variabel, serta biaya-biaya yang lain.
- 4) Harga-harga para pesaing akan mempengaruhi tingkat permintaan jasa yang ditawarkan, sehingga harga pesaing harus turut dipertimbangkan dalam proses penetapan harga.
- 5) Berbagai cara atau variasi penetapan harga yang ada mencakup *markup*, sasaran perolehan, nilai yang dapat diterima, faktor psikologis, diskon harga, harga promosi, serta harga bauran produk.<sup>30</sup>

#### c. *Place Distribution* (Tempat Ditribusi)

Distribusi merupakan suatu kegiatan ekonomi yang menjembatani kegiatan produksi dan konsumsi, sehingga barang atau jasa dapat sampai ke tangan konsumen. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi tempat distribusi, yaitu konsumen mendatangi pemberi jasa, pemberi jasa mendatangi konsumen, dan pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung. Penyampaian jasa juga dapat dilakukan melalui organisasi maupun orang lain, dalam penyampaian jasa, ada tiga pihak yang terlibat yaitu penyedia jasa, perantara, dan konsumen.<sup>31</sup>

<sup>30</sup>*Ibid*, 157-158.

<sup>31</sup> Rambat Lupiyoadi, dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), Hlm. 73-74





#### 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.

Ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan pemilihan tempat distribusi diantaranya :

- 1) Akses, misalnya lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum
- 2) Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan
- 3) Lalu lintas, ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu banyaknya orang yang lalu-lalang dapat memberikan peluang besar terjadinya *impulse buying* dan kepadatan, kemacetan lalu lintas dapat pula menjadi hambatan.
- 4) Lokasi parkir yang luas dan aman
- 5) Ekspansi, tersedia lokasi yang cukup untuk perluasan usaha di kemudian hari
- 6) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan
- 7) Persaingan, yaitu lokasi pesaing
- 8) Peraturan pemerintah.<sup>32</sup>

#### d. *Promotion* (Promosi)

Menurut Buchari Alma, promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang merupakan aktivitas pemasaran adalah berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya, agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan. Ada beberapa tujuan promosi. *Pertama*, tujuan utama promosi adalah memberi informasi, menarik perhatian, dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatnya penjualan. Tujuan promosi lain menurut Alma adalah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen. *Kedua*, Promosi bertujuan untuk memberikan informasi dan meyakinkan konsumen akan manfaat produk tersebut, promosi yang dapat dilakukan adalah

<sup>32</sup> Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, Op. Cit., 160



#### 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.

*advertising* atau periklanan (seperti iklan TV, radio, spot, dan billboard), promosi penjualan (seperti pameran dan invitasi) dan melakukan kegiatan hubungan masyarakat.

#### e. *People (SDM)*

Dalam berhubungannya dengan pemasaran jasa, maka orang yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Keputusan dalam orang ini berarti berhubungan dengan seleksi, pelatihan, motivasi, dan manajemen sumber daya manusia.

Personal yang menyampaikan jasa adalah elemen kunci dalam memberikan pengalaman positif dan berkesan kepada pelanggan, oleh karena itu didalam perusahaan jasa harus merekrut dan melatih karyawan agar lebih mampu dalam segala hal yang berhubungan dengan pelanggan dari pada karyawan pesaingnya.

Untuk mencapai kualitas terbaik maka pegawai harus dilatih untuk menyadari pentingnya pekerjaan mereka yaitu memberikan konsumen kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya. Pentingnya orang dalam pemasaran jasa berkaitan erat dengan pemasaran internal. Pemasaran internal adalah interaksi atau hubungan antara setiap karyawan dan departemen dalam suatu perusahaan yang dalam hal ini diposisikan sebagai konsumen internal atau pemasok internal.

#### f. *Process (Proses)*

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. Proses dapat dibedakan dalam dua cara yaitu :

- 1) Kompleksitas, berhubungan dengan langkah-langkah dan tahap proses.
- 2) Keragaman, berhubungan dengan adanya perubahan dalam langkah-langkah atau tahapan proses.



## 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.

Untuk perusahaan jasa, kerja sama antara pemasaran dan operasional sangat penting dalam elemen proses ini terutama dalam melayani segala keinginan konsumen. Untuk itu ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh seorang komunikator yaitu komunikator harus mengetahui sifat-sifat komunikasi dan sifat-sifat media yang digunakan.<sup>33</sup>

**g. *Physical Evidens* (Bukti fisik)**

Bukti fisik merupakan lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur *tangible* apa saja yang akan digunakan untuk mengomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu. Dalam bisnis jasa, pemasar perlu menyediakan petunjuk fisik untuk dimensi *intangible* dan *image* serta meningkatkan lingkup produk, bukti fisik dalam hal ini terbagi menjadi dua yaitu.<sup>34</sup>

1) **Bukti Penting**

Merefrentasikan keputusan kunci yang dibuat penyedia jasa tentang desain dan layout suatu bangunan, jenis pesawat yang digunakan sebuah perusahaan penerbangan dan sebagainya, hal ini dapat menambah lingkup produk yang signifikan.

2) **Bukti Tambahan**

Memiliki nilai independen yang kecil tetapi menambah keberwujudan pada nilai yang disediakan produk jasa. Contohnya adalah tiket pesawat yang menjadi tanda hak untuk memanfaatkan jasa di suatu waktu kemudian, supermarket memiliki harum roti yang baru di panggang dekat pintu masuk untuk menarik konsumen.

Jika transaksi jasa di laksanakan di lokasi perusahaan jasa tersebut, maka bukti fisik memainkan peran yang penting. Familiaritas merupakan salah satu faktor yang digunakan operator

<sup>33</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung:Remaja Rosda Karya,2010), Hlm.104.

<sup>34</sup> Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Selemba Empat, 2006), Hlm.86.



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 Sulthan Saifuddin Kasim Riau

*franchise* jasa untuk menyediakan *reassurance*, dengan menggunakan bukti fisik membuat konsumen paham atas apa yang sepatutnya ia harapkan dari suatu jasa.

#### h. **Packaging (Kemasan)**

*Packaging* adalah proses melampirkan atau melindungi produk untuk distribusi, penyimpanan, penjualan, dan penggunaan, juga mengacu pada proses desain, evaluasi, produksi paket dan citra organisasi.<sup>35</sup>

#### i. **Payment (Pembayaran)**

Pembayaran adalah pertimbangan untuk pengiriman produk dan jasa. Hal ini dapat dalam produk yang berbeda, uang tunai, cek, kredit, dan bahkan barter atau poin program loyalitas. Ketentuan pembayaran mempengaruhi kemudahan transaksi yang juga dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

### 3. **Haji**

Haji adalah rukun (tiang agama) Islam yang kelima setelah syahadat, shalat, zakat dan puasa. Haji menurut bahasa yaitu bermaksud, berniat pergi, atau dapat dikatakan menuju suatu tempat.<sup>36</sup> Menunaikan ibadah haji adalah bentuk ritual tahunan yang dilaksanakan kaum muslim sedunia yang mampu (material, fisik, dan keilmuan) dengan berkunjung dan melaksanakan beberapa kegiatan di beberapa tempat di Arab Saudi pada suatu waktu yang dikenal sebagai musim haji (bulan Zulhijah).

Menurut Fahrudin HS ibadah haji merupakan kegiatan berkunjung menziarahi ka'bah yang terletak di Masjidil Haram di Makkah, dengan niat menunaikan ibadah haji yaitu rukun Islam yang kelima yaitu memenuhi perintah Allah SWT.<sup>37</sup>

<sup>35</sup> <http://www.foxbusinessjournal.com/mkt/9Ps.html> diakses pada tanggal 10 april 2016

<sup>36</sup> Direktur Jendral Depertemen Agama, "*Bimbingan Manasik Haji*", (Jakarta: Depag, 2002),Hlm. 23.

<sup>37</sup> A. Solihin As Suhali, *Tuntunan Lengkap Haji dan Umroh*, (Pamulang: Cahaya Ilmu, 2002), Hlm. 23.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Ibadah haji dilaksanakan setiap tahunnya pada waktu yang sudah ditetapkan, yaitu antara tanggal 8 Dzulhijjah sampai 12 Dzulhijjah, dengan melakukan berbagai kegiatan ibadah demi menjalankan perintah Allah dan mencari ridha-Nya.<sup>38</sup>

Adapun Syarat sah ibadah haji antara lain :

- a. Agama Islam
- b. Dewasa / baligh
- c. Berakal sehat
- d. Bukan budak (merdeka)
- e. Mampu

Adapun rukun haji terbagi menjadi 6 diantaranya sebagai berikut :

- a. Ikhram
- b. Wukuf
- c. Thawaf
- d. Syai
- e. Tahalul
- f. Tertib

#### 4. Paket Ibadah Haji Khusus

Paket ibadah Haji khusus merupakan produk yang dilatarbelakangi oleh tuntutan perbaikan ekonomi yang tidak lagi merasa puas dengan pelayanan haji reguler. Hukum unik didalam perjalanan haji, jika di wisata lain tentu akan membayar lebih mahal untuk berlibur dan waktu yang lebih lama, diibadah haji, membayar mahal untuk waktu yang lebih sebentar.

Sejak tahun jamaah haji khusus kuota, walaupun pendaftarannya dikoordinir kemenag, pelayanan dan fasilitasnya dilakukan oleh travel-travel secara mandiri. Pelayanannya dua kali lipat diatas Jamaah haji regular, mengingat harganya yang juga sekitar dua kali lipat. Manasik jamaah haji khusus tidak dilakukan di kantor-kantor Kemenag tetapi di

<sup>38</sup> Ruri Erlangga, "Menjadi Kaya dengan Berbisnis Travel Umroh", (Jakarta :PT Grasindo, 2015), Hlm.14.

## 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.

hotel-hotel maupun ditempat yang sudah ditentukan oleh PIHK (penyelenggara ibadah haji khusus). Hotel juga menjadi transit sebelum berangkat, tidak di asrama haji. Di tanah suci, Jemaah haji khusus juga mendapatkan hotel berbintang dengan makanan yang lebih enak dan lebih dekat dengan (kadang di depan persis) Masjidil Haram dan Masjid Nabawi, tenda-tenda tempat istirahat ketika wuquf juga lebih baik.<sup>39</sup>

Ibadah haji khusus berbeda dengan ibadah haji reguler, hal ini dapat dilihat dari hal-hal di bawah ini, diantaranya :<sup>40</sup>

1) Masa Tunggu

Masa tunggu untuk haji reguler bisa mencapai 20 tahun sedangkan haji khusus lebih pendek bisa mencapai 7 tahun.

2) Biaya Haji

Biaya haji menjadi perbedaan haji reguler dan haji khusus yang mencolok, untuk haji reguler sendiri biaya berkisar 35 jutaan sedangkan haji khusus berkisar 130-170 jutaan. Artinya biaya haji khusus lebih tinggi 4x dibanding haji reguler. Namun biaya haji bisa berubah tergantung dari keputusan pemerintah RI dan Saudi Arabia.

3) Penyelenggara

Perbedaan haji reguler dan haji khusus adalah pada penyelenggaranya. Haji reguler diselenggarakan oleh pemerintah sedangkan haji khusus diselenggarakan oleh swasta atau PIHK atau travel haji berizin resmi kemenag. Namun, tetap travel haji ini mengikuti aturan dari pemerintah dan dipantau.

4) Jarak Hotel

Perbedaan haji reguler dan haji khusus yang mencolok selanjutnya ada pada jarak hotel. Jarak hotel untuk haji khusus dekat dengan Masjidil Haram dan bisa ditempuh dengan berjalan kaki. Sedangkan haji

<sup>39</sup> Bayu Dardias kuniadi, "Tiga Jenis Ibadah Haji, Reguler, Khusus dan Non Kuota", <http://bayudardias.staff.ugm.ac.id/2013/10/29/tiga-jenis-ibadah-haji-reguler-khusus-dan-non-kuota>, diakses pada 03 maret 2020, (diakses 29 Oktober 2013).

<sup>40</sup> Mihrab Qolbi, "perbedaan haji reguler dan haji khusus", <https://www.mihrabqolbi.com/artikel/read/umum/288/perbedaan-haji-reguler-dan-haji-khusus-ternyata-belum-banyak-yang-tahu.html>, (diakses 07 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.

reguler, jarak hotel ditentukan oleh pemerintah RI dengan Pemerintah Saudi Arabia.

#### 5) Keterisian Kamar

Untuk jamaah haji reguler, kamar tidak boleh diisi lebih dari 5 orang dan tidak bisa memilih nama. Sementara, haji khusus kamar hotel maksimal diisi oleh 4 orang, kemudian jamaah haji khusus bisa memilih nama-nama yang masuk dalam satu kamar. Selain itu, tersedia juga paket haji khusus untuk 2 orang, 3 orang sampai 4 orang.

#### 6) Penerbangan

Penerbangan haji reguler, lantaran jumlah jamaah yang banyak maka untuk kepulangan dan keberangkatan jamaah haji diminta untuk menunggu di asrama haji atau hotel sekitar Mekkah atau Madinah. Sementara haji khusus, karena penyelenggaraannya ditangani oleh swasta tiket pesawat sudah dibooking terlebih dahulu sehingga jadwal kepulangan dan keberangkatan sudah jelas.

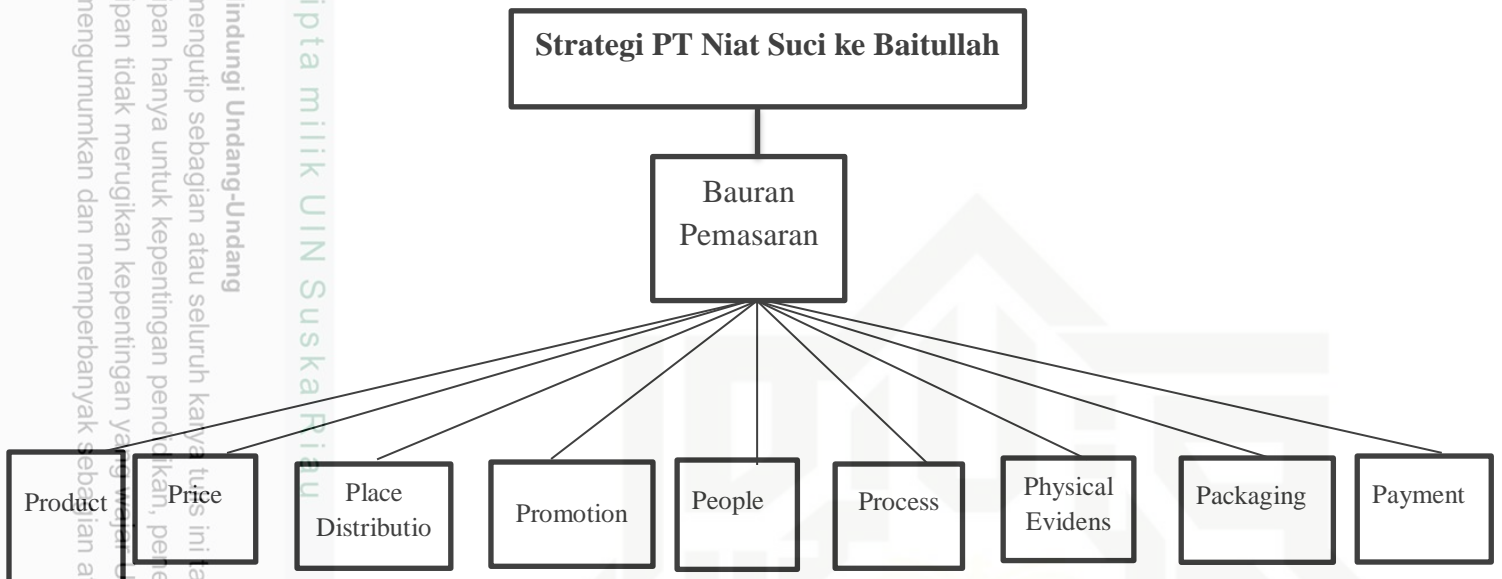
#### 7) Layanan Tenda di Arafah dan Mina

Untuk akomodasi di Arafah dan Mina, kualitas tenda yang digunakan jamaah reguler sudah hampir sama dengan haji khusus. Bagi jamaah haji khusus, tenda dilengkapi dengan alas kasur, sedangkan haji reguler alas atau karpet biasa. Selain itu, untuk haji khusus, tendanya sudah ada label dari travel haji bersangkutan.

### C. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir dapat berupa kata-kata, kerangka teori dan dapat pula berupa kerangka penalaran logis. Kerangka berpikir juga dapat dikatakan sebagai uraian ringkas mengenai teori yang digunakan dan cara menggunakan teori tersebut dalam menjawab pertanyaan penelitian. Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Gambar II.1**  
**Kerangka Berpikir**



**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 METODOLOGI PENELITIAN

### A. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yaitu prosedur pencarian data, meliputi populasi, sampling, penjelasan konsep dan pengukurannya, cara-cara pengumpulan data dan teknis analisisnya.<sup>41</sup> Adapun metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Dimana penelitian kualitatif dimaksudkan sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.<sup>42</sup> Salah satu contohnya yaitu penelitian tentang kehidupan, riwayat dan perilaku seseorang disamping juga tentang peranan organisasi, pergerakan sosial atau hubungan timbal balik.

Sedangkan deskriptif dilakukan dengan cara memaparkan data dengan apa adanya sesuai dengan yang terdapat dilapangan. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan, tempat objek peneliti itu berada. Menurut Klirk dan Miller dalam buku J Moleong Lexy, menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan social yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dan kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan peristilahannya.<sup>43</sup>

### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Jl. Melati Pekanbaru (Riau) pada PT NSK (Niat Suci ke Baitullah). Dan waktu penelitian ini dimulai pada bulan Maret 2020.

<sup>41</sup> Bachtiar Wardi. "Metode Penelitian Ilmu Dakwah". (Jakarta: Logos, 1997), Hlm 59.

<sup>42</sup> Anslem Strauus & Juliet Corbin. "Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif". ( Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2003), Hlm.4.

<sup>43</sup> Meleong, Lexy.J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), Hlm.3

### C. Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan subjek yang memahami informasi dari suatu objek sebagai pelaku ataupun orang lain yang memahami objek penelitian.<sup>44</sup> Pada penelitian ini penulis menggunakan informan sebanyak 6 orang yaitu pimpinan, karyawan dan jamaah PT Niat Suci ke Baitullah.

**Tabel III.1**  
**Informan Penelitian**

No	Nama Informan Penelitian	Profesi
1.	H. Irma Romi Anto	Direktur PT Niat Suci ke Baitullah
2.	Ibnu Susanto	Devisi Marketing PT Niat Suci ke Baitullah
3.	Nurul Wiya Maulana, S.E	Staff Keuangan PT Niat Suci ke Baitullah
4.	Iwet	Jamaah PT Niat Suci ke Baitullah
5.	Widia	Jamaah PT Niat Suci ke Baitullah
6.	Fifia Hermayanti	Jamaah PT Niat Suci ke Baitullah

### D. Sumber Data Penelitian

Yang dimaksud dengan sumber data penelitian adalah subjek dari mana data tersebut diperoleh. Pada penelitian ini peneliti mencari sumber data melalui:

#### 1. Data Primer

Yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya.<sup>45</sup> Adapun data yang diperoleh dari penelitian ini adalah berupa data langsung di lapangan melalui responden yaitu dari pimpinan, karyawan dan jamaah PT NSK (Niat Suci ke Baitullah) Tour dan travel Garuda Sakti km 2 Pekanbaru (Riau).

#### 2. Data sekunder

Yaitu data pendukung yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada baik berupa dokumen-dokumen, buku referensi dan literatur-literatur yang ada hubungannya dari penelitian serta instansi terkait.

<sup>44</sup> Burhan Bungin, "Penelitian Kualitatif", ( Bandung : Alfabeta,2014), Hlm.64 .

<sup>45</sup> Sumardi Suryabtra, "Metode Penelitian Kualitatif" ( Jakarta : Raja Grafindo Persada,2012) , Hlm.2.



## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan beberapa cara, diantaranya :

### 1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data pengamatan langsung dilapangan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang akan diselidiki.<sup>46</sup>

Dalam hal ini peneliti mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati secara langsung kondisi yang ada di lapangan. Cara ini dilakukan agar penulis dapat mengetahui data terkait strategi bauran pemasaran paket ibadah haji khusus di PT Niat Suci ke Baitullah.

### 2. Wawancara

Wawancara atau interview adalah suatu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang di wawancarain.<sup>47</sup>

Teknik wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu teknik wawancara sistematis yang dimana proses wawancara dilakukan dengan terencana, proses ini dilakukan guna mencari informasi mengenai strategi bauran pemasaran paket ibadah haji khusus pada PT Niat Haji Ke Baitullah Tour dan travel Pekanbaru (Riau), dalam hal ini peneliti memberikan pertanyaan kepada informan, dan informan bertugas menjawab pertanyaan dari peneliti.

Dimana pada penelitian ini wawancara dilakukan dengan tanya jawab langsung kepada pimpinan, karyawan dan jamaah pada PT NSK (Niat Suci ke Baitullah) Pekanbaru (Riau).

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang telah berlalu, dokumen tentang orang atau sekelompok

<sup>46</sup> Suginono, *Metode Research*, jilid 1 (Yogyakarta: Andi, 1990), Hlm. 136.

<sup>47</sup> Muri Yusuf, "*Metode Penelitian*", (Jakarta: Kencana, 2014), Hlm.388.



#### 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

orang, peristiwa atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian adalah sumber informasi. Dokumen tersebut dapat berupa teks tertulis, artefacts, gambar maupun foto.<sup>48</sup>

Pada penelitian ini penulis mengambil data-data dan informasi yang tersedia di PT NSK (Niat Suci ke Baitullah) Garuda Sakti Km 2 Pekanbaru (Riau) berupa brosur, naskah, buku dan lain-lain yang berkaitan dengan masalah penelitian.

### F. Validitas Data

Dalam penelitian ini untuk memperoleh data yang akurat dan valid, penulis menggunakan teori yang mengacu pada pendapat seorang ahli beliau dikenal dengan nama Paton dengan teorinya triangulasi. Dengan dua strategi diantaranya :

1. Pengecekan derajat kepercayaan penemuan keberhasilan penelitian beberapa teknik pengumpulan data
2. Pengecekan beberapa sumber data dengan metode yang sama triangulasi ini dilakukan untuk pengecekan terhadap penggunaan metode pengumpulan data, apakah informasi yang didapat dengan metode interview sama dengan metode observasi sesuai dengan informasi yang diberikan ketika interview.

Teknik ini juga digunakan untuk menguji sumber data apakah sumber data ketika diinterview maupun diobservasi memiliki kesamaan atau perbedaan informasi, apabila berbeda maka penelitian harus dapat menjelaskan perbedaan itu tujuan yaitu untuk mencari kesamaan data dengan metode yang berbeda.<sup>49</sup>

### G. Teknik analisis Data

Analisis data adalah bagian yang penting dalam suatu metode penelitian karya ilmiah. Platton berpendapat analisis data merupakan proses

<sup>48</sup> *Ibid*, 191.

<sup>49</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2010), Hlm. 257.

## 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.

mengatur aturan data, mengorganisasikannya, ke dalam suatu pola kategori, dan suatu uraian dasar.<sup>50</sup> Pada penelitian ini penulis menjelaskan hasil penelitian bukan angka-angka melainkan suatu kalimat.

Penulis menyusun dengan sistematis yang diperoleh dari hasil, observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan cara mengelompokan data ke dalam kategori, menjelaskan ke dalam sub-sub bagian yang telah disusun, memilih, mempelajari dan mencari kesimpulan dari hasil penelitian dan menuangkannya dalam bentuk tulisan .

Berikut adalah prosedur analisis data kualitatif.<sup>51</sup>

1. Reduksi data

Reduksi data adalah proses pemilihan, penyederhanaan data-data kasar yang di dapat dilokasi penelitian dengan membuat ringkasan. Disini penulis berusaha menyederhanakan data–data yang semakin banyak di lapangan dengan cara membuat ringkasan berdasarkan data-data kasar tersebut.

2. Penyajian data

Penyajian data yaitu proses menyampaikan informasi berdasarkan data yang diperoleh penelitian dari informan, catatan pengamatan pada waktu mengamati. Disini penulis berusaha menyampaikan informasi terkait paket ibadah haji khusus dari beberapa informan penelitian diantaranya pimpinan, karyawan serta jamaah di PT Niat Suci ke Baitullah.

3. Menarik kesimpulan (verifikasi)

Verifikasi adalah langkah peninjauan kembali terhadap catatan lapangan. Disini penulis berusaha mencari hasil akhir dari penelitian dengan cara menelaah kembali dengan bertukar pikiran, guna menetapkan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain.

<sup>50</sup> Lexy J Meleong. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya.2007).Cet 4. Hlm.103.

<sup>51</sup> Ariesto Hadi, Adrinanus Arief, *Terampil Mengolah Data Kualitatif dengan Nvivo* . Jakarta: Perdana Media Group.2010) Hlm. 7-9.

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

### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### A. Sejarah PT Niat Suci ke Baitullah

PT Niat Suci ke Baitullah Pekanbaru atau yang lebih dikenal dengan singkatan PT NSK adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang penyedia jasa penyelenggaraan ibadah haji dan umroh yang terletak di jalan Melati Royal Platinum B2 kelurahan Binawidya kecamatan Tampan kota Pekanbaru dan telah mendapatkan surat izin resmi melalui PT Mayyasah Wisata Mulya yang berdiri sejak tahun 2012, sehingga sampai saat ini PT Niat Suci ke Baitullah sudah memberangkatkan banyak jamaah ke tanah suci.<sup>52</sup>

Travel ini berdiri berdasarkan pengalaman pribadi yang dialami oleh pimpinan beserta kerabat PT Niat Suci ke Baitullah, sebelumnya beliau dan keluarganya mengalami pengalaman yang cukup buruk dengan pelayanan, pembinaan dan perlindungan dari jasa travel tertentu, sehingga beliau memutuskan untuk membuka usaha jasa penyelenggaraan ibadah haji dan umroh dan memastikan setiap jamaah akan mendapatkan pelayanan, pembinaan dan perlindungan yang baik agar tidak mengecewakan para jamaah yang mempercayakan perjalanan ibadah haji dan umrohnya melalui PT Niat Suci ke Baitullah.<sup>53</sup>

Untuk mewujudkan keamanan selama berada di tanah suci, PT Niat Suci ke Baitullah menjadikan kejujuran, amanah dan profesional sebagai budaya perusahaan, selain itu travel ini pada perkembangannya selalu mengikuti teknologi dan informasi (IT) dan proses operasionalisasi sehingga mampu bertanggung jawab atas segala kebutuhan perjalanan ibadah haji maupun umroh ke tanah suci dengan jaminan memberikan pelayanan sepenuh hati kepada jamaah, oleh sebab itu PT Niat Suci ke baitullah dapat memberangkatkan jamaah haji dan umroh setiap tahunnya.

<sup>52</sup> Hasil Dokumentasi di PT Niat Suci ke Baitullah, pada 11 Januari 2021

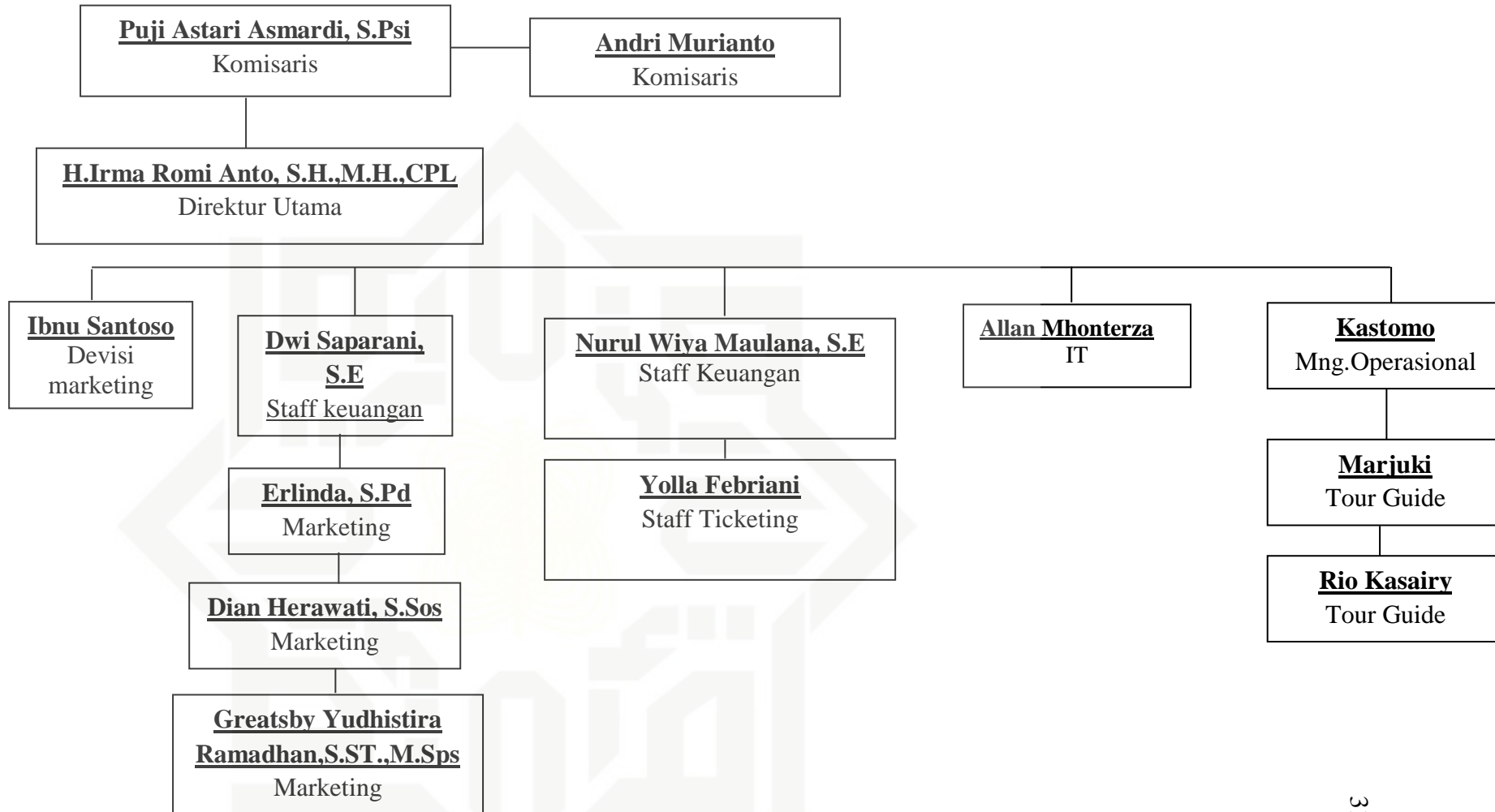
<sup>53</sup> Hasil Dokumentasi di PT Niat suci ke Baitullah, pada 12 Januari 2021

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

### B. Struktur Organisasi PT Niat Suci ke Baitullah

Adapun struktur organisasi PT Niat Suci ke Baitullah sebagai berikut:





Adapun uraian tugas dari masing-masing struktur organisasi PT Niat Suci ke Baitullah adalah sebagai berikut:

### 1. Komisaris

1. Memantau serta mengawasi jalannya suatu kebijakan yang dilakukan oleh direksi
2. Memberikan nasihat kepada direksi termasuk pengawasan terhadap pelaksanaan program jangka panjang perusahaan, rencana kerja, anggaran perusahaan serta peraturan hukum yang berlaku.

### 2. Direktur Utama

1. Menyusun dan menetapkan kebijakan perusahaan dalam periode tertentu
2. Melakukan pengesahan terhadap rencana kerja dalam perusahaan
3. Menerapkan visi dan misi perusahaan
4. Memastikan bahwa seluruh karyawan perusahaan sudah memahami tujuan yang hendak di capai perusahaan
5. Mengawasi seluruh pelaksanaan rencana kerja

### 3. Devisi Marketing

1. Merencanakan program penjualan produk
2. Bertanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen terkait informasi jasa perusahaan
3. Bertanggung jawab dalam bidang pemasaran
4. Menyusun serta memberikan laporan kegiatan kepada direktur utama

### 4. Staff Keuangan

1. Menjalankan fungsi akuntansi dalam penyusunan anggaran untuk project yang dikelola oleh perusahaan secara tepat dan akurat
2. Mengontrol pengeluaran guna menunjang kegiatan operasional secara efektif dan efisien
3. Memastikan kelengkapan seluruh dokumen baik dokumen pendukung maupun pencatatan transaksi keuangan
4. Mematuhi aturan perpajakan

#### 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.

**5. Staff Ticketing**

1. Bertanggung jawab dalam proses pembuatan ticket untuk para jamaah haji maupun umroh
2. Memberikan informasi kepada jamaah haji mengenai detail ticket
3. Menyelesaikan setiap kesalahan informasi tentang jamaah dan melakukan perbaikan kepada maskapai terkait

**6. IT**

1. Merawat software, hardware dan komputer yang ada dalam perusahaan
2. Bertanggung jawab dalam perbaikan komputer jika mengalami kerusakan
3. Memastikan bahwa seluruh komputer yang ada di dalam perusahaan dapat digunakan dengan baik

**7. Mng. Operasional**

1. Bertanggung jawab penuh atas seluruh proses ketenagakerjaan dalam perusahaan
2. Terlibat dalam penyusunan strategi untuk meningkatkan kualitas perusahaan, mulai dari peningkatan produk, pelayanan, pembinaan dan perlindungan jamaah haji dan umroh.

**8. Tour Guide**

1. Memandu dan membimbing jamaah selama proses penunaian ibadah haji maupun umroh mulai dari keberangkatan sampai selesai
2. Menjelaskan dan memberi pengetahuan kepada jamaah haji maupun umroh terkait tempat-tempat yang sedang dikunjungi.<sup>54</sup>

**C. Visi dan Misi PT Niat Suci ke Baitullah**

Setiap perusahaan tentu memiliki visi dan misi, hal ini sama halnya dengan PT Niat Suci ke Baitullah, adapun visi dan misi PT Niat Suci ke Baitullah adalah sebagai berikut :

<sup>54</sup> Hasil dokumentasi di PT Niat Suci ke Baitullah. Pada 13 Januari 2021

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.

### Visi

1. Memberikan Pelayanan dan fasilitas terbaik kepada seluruh jamaah
2. Mengumrohkan tahfis yang belum umroh dan tidak mampu
3. Memudahkan tim syiar untuk umroh dan membuka peluang untuk meningkatkan ekonomi

### Misi

1. Memberikan pembimbing terbaik, hotel terdekat dan pelayanan maksimal
2. Menyeleksi tahfis dan akan di berangkatkan satu tahfis di setiap group keberangkatan
3. Program umroh khusus untuk syiar, dan sistem bermitra bersama seluruh team.<sup>55</sup>

## D. Aktifitas Perjalanan 30 hari Jamaah Haji pada PT Niat Suci ke Baitullah

### 1. 26 Dzulqa'dah

Keberangkatan dari Pekanbaru menuju Kuala Lumpur

### 2. 27 Dzulqa'da

Pada tanggal ini jamaah berada pada Riyadh-Jeddah-Mekkah mereka berangkat menggunakan bus ke Jeddah dan lanjut menggunakan pesawat ke Mekkah dan melakukan sai kemudian tahallul

### 3. 28 Dzulqa'dah-5 Dzul Hijjah

Jamaah di arahkan untuk Memperbanyak ibadah di Mekkah, pemantapan manasik dan Tausyiah serta ziarah ke Mekkah 1 kali

### 4. 6-8 Dzul Hijjah

Pada tanggal ini jamaah berada di Apartemen Transit dan jamaah di arahkan untuk memperbanyak zikir dan mempersiapkan fisik.

### 5. 9-10 Dzul Hijjah

Pada tanggal ini jamaah berada di Arafah-Muzdhalifah-Haram jamaah diarahkan untuk melakukan wukuf-muzdhalifah-tawaf-sa'i-tahallul.

<sup>55</sup> Hasil dokumentasi di PT Niat Suci ke Baitullah. Pada 13 Januari 2021

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.

6. **11-13 Dzulhijjah**

Pada saat ini jamaah berada di Aziziyah – Mina jamaah di arahkan untuk melakukan jumroh dan mabit.

7. **14-15 Dzul Hijjah**

Aziziyah-Apartemen Transit, kemudian jamaah diarahkan untuk memperbanyak ibadah serta melakukan tawaf wadda.

8. **16-22 Dzulhijjah**

Pada saat ini jamaah berada di madina dan diarahkan untuk memperbanyak ibadah, pemantapan manasik, mendengarkan tausiyah kemudian ziara ke Madina satu kali.

9. **23 Dzul Hijjah**

Pada saat ini jamaah berada Madina-Kuala Lumpur disini para jamaah melakukan perjalanan ke tanah air.

10. **24 Dzulhijjah**

Pada saat ini jamaah berada di Kuala Lumpur menuju ke Pekanbaru dan melakukan perjalanan ke tanah air.<sup>56</sup>

**E. Fasilitas yang diberikan PT Niat Suci ke Baitullah**

Adapun Fasilitas yang diberikan PT Niat Suci ke Baitullah kepada jamaah sebagai berikut.

1. Tiket Pesawat
2. Perlengkapan umroh, seperti bahan seragam ihram dan sabuk (laki-laki), mukenah, syal, tas koper, tas passport, buku pedoman haji umroh, buku ukhuwa.
3. Manasik haji maupun umroh
4. Akomodasi sesuai paket
5. Visa
6. Makan 3 kali sehari
7. Snack setiap ziarah
8. Air zam-zam 5 liter

<sup>56</sup> Hasil Dokumentasi di PT Niat suci ke Baitullah. Pada 11 Januari 2021

#### 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.

9. Kurma 5 kg
10. Bagasi maksimal 20 kg
11. Piagam dan Asuransi Saudi Arabia.<sup>57</sup>

#### F. Persyaratan Pendaftaran Jamaah haji pada PT Niat Suci ke Baitullah

Adapun yang menjadi persyaratan pendaftaran jamaah haji pada PT Niat Suci ke Baitullah adalah :

1. Passport dengan masa berlaku 7 bulan sebelum keberangkatan.
2. Pas foto 4 x 6 sebanyak 7 lembar, dengan latar belakang putih dan fokus bagian wajah 80%.
3. Buku kuning suntik maningitis.
4. Fotocopy KTP, KK, dan surat nikah bagi suami istri sebanyak 3 rangkap.
5. Akta kelahiran bagi anak yang ikut orang tua sebanyak 3 rangkap.
6. KK/KTP asli (untuk wanita < 45 tahun tanpa mahram).<sup>58</sup>

<sup>57</sup> Hasil Dokumentasi di PT Niat Suci ke Baitullah. Pada 11 Januari 2021

<sup>58</sup> Hasil Dokumentasi di PT Niat Suci ke Baitullah. Pada 16 Januari 2021

## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya maka penulis mendapatkan kesimpulan bahwa strategi yang digunakan oleh PT Niat suci ke Baitullah merupakan penerapan dari 9 elemen bauran pemasaran dimana setiap elemen tersebut berperan penting dalam proses pemasaran. Adapun 9 elemen bauran pemasaran tersebut diantaranya produk, harga, promosi, tempat distribusi, sdm, proses, bukti fisik, kemasan dan pembayaran. Dari sembilan elemen tersebut terdapat 2 elemen yang harus ditingkatkan yaitu promosi dan sumber daya manusia, dari segi promosi informasi mengenai paket ibadah haji khusus yang terdapat pada media promosi PT Niat Suci ke Baitullah masih kurang lengkap dibandingkan informasi seputar paket umroh. Dari segi sumber daya manusia belum adanya sistem pelatihan dalam merekrut karyawan.

### B. Saran

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan pada PT Niat Suci ke Baitullah Pekanbaru (Riau), maka disampaikan saran yang diharapkan dapat berguna bagi PT NSK, adapun saran tersebut adalah:

1. Meskipun produk yang ditawarkan oleh PT NSK kepada jamaah sudah bervariasi, akan tetapi PT NSK harus tetap meningkatkan mutu pelayanannya
2. Dalam hal penentuan harga, akan lebih baik apabila PT NSK dapat memberikan garansi jasa kepada jamaahnya secara tertulis, hal ini dilakukan agar dapat menetralkan kekhawatiran jamaah terkait keberangkatan ibadahnya.
3. Dalam hal promosi, disarankan untuk produk ibadah haji lebih diperhatikan lagi, dengan cara melengkapi informasi ibadah haji di dalam website maupun brosur PT Niat Suci ke Baitullah.

4. Kemudian dalam merekrut sumber daya manusia, akan lebih baik jika dilakukan kegiatan pelatihan karyawan, hal tersebut guna meningkatkan kualitas SDM yang mumpuni untuk masa yang akan datang pada PT Niat Suci ke Baitullah.
5. Dengan adanya skripsi ini, agar menjadi referensi bagi pembaca pada umumnya terkait strategi bauran pemasaran dengan menggunakan 9 elemen bauran pemasaran.

© 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.





## DAFTAR PUSTAKA

- A Solihin, As Suhali. 2002. *Tuntunan Lengkap Haji dan Umroh*. Pamulang: Cahaya Ilmu
- Al-Albani, M.Nashiruddin. 2003. *Ringkasan Sahih Bukhairi*. Depok: Gemma Insani.
- Assauri, Sufjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Buchari Alma dan Ratih Hurriyati.2008. *Manajemen Corporate Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Bungin, Burhan. 2010. *Penelitian kualitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Bungin, Burhan. 2014. *Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Christopher Lovelock, dkk.2010 *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*, Jilid 1,
- Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* . Jakarta :Balai Pustaka.
- Depertemen Agama Direktur Jendral.2002. *Bimbingan Manasik Haji*. Jakarta: Depag
- Dimjati, Djamaludin. 2011. *Panduan Ibadah Haji dan Umroh Lengkap Disertai Rahasia dan Hikmahnya*. Solo:PT. Era Adicitra Intermedia. Edisi Ketujuh
- Erlangga, Ruri. 2015. *Menjadi Kaya dengan Berbisnis Travel Umroh*. Jakarta :PT Grafindo
- Fred R David. 2004. *Manajemen Strategik*. Jakarta :Pt Ndeks Kelompok Gramedia
- Hadi, Ariesto & Adrinanus Arief.2010 *Terampil Mengolah Data Kualitatif dengan Nvivo* . Jakarta: Perdana Media Group
- Hanafi, Muchlis. 2012 “*Kontekstualisasi Haji Ikhtiar Mengembangkan Fiqih Haji Kontemporer*” pada International Conference On Hajj And Umra Di JCC
- Hayati, Nurahhmi.2012. *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi Pekanbaru* : Suska press
- Hermawan, Kertajaya.2005. *Marketing Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara

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

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

- Ilahi , Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Imam Wajono, Santot. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Indriyo, Gito sudarmo. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Indriyono, Gito Sudarmo. 1996. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta : Bpfee
- Ismail, Solihin. 2009. *Pengantar Manajemen* . Jakarta : Erlangga
- J Meleong, Lexy. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : Pt Remaja Rosdakarya
- Jeff, Madura. 2001. *Pengantar Bisnis Buku 1*. Jakarta : Salemba Empat
- Kolter, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks
- Philip Kotler. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat
- Rukmana, Nana. 1997. *Memenuhi Panggilan Haji* . Jakarta : Puspa Swara.
- Suginono, 1990, *metode researc*, jilid 1, Yogyakarta: Andi
- Sugono, Dendy. dkk. 2008. *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta : Pusat Bahasa
- Suryabtra, Sumardi. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif* . Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Sustina. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Swastha Basu, dan Ibnu Sukatjo. 2002. *Pengantar Bisnis Modren* . Yogyakarta : Liberty
- Swatha, Basu. 2002. *Azas-azas Marketin Edisi ke tiga*. Yogyakarta: Liberty
- Taktik Surya, 2008. *Perilaku Komsumen Aplikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Yusuf, M Muri. 2014. *Metode Penelitian*. Jakarta: Kencana

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 Skripsi

Aprian Azhari, 2019. (*Upaya Pemasaran Paket Ibadah Haji Dan Umroh Di Pt.Rihlan Alatas Kc Pekan Baru*). Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Uin Suska Riau: Pekan Baru

Muhammad Yusuf Wahyudi. 2013. (*Analisis Strategi Bauran Pemasaran Haji & Umroh Pada PT Nratout & Travel*). Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi. Uin Syarif Hidayatullah: Jakarta (*Jakarta Selatan*, 2013)

Rahmat Hidayat. 2019. (*Stategi Pemasaran Usaha Travel Haji Dan Umroh Pt Multazam Wisata Agung Cabang Pekan Baru alam Meningkatkan Jumlah Jamaah Ditinjau Dari Perspektif Islam*). Fakultas Syariah dan Hukum. Uin Suska Riau: Pekanbaru

## Daftar Akses

<http://bayudardias.staff.ugm.ac.id/2013/10/29/tiga-jenis-ibadah-haji-reguler-khusus-dan-non-kuota>

<https://japracool.com/brosur-pengertian-tujuan-manfaat-dan-contohnya/>

<https://www.mihrabqolbi.com/artikel/read/umum/288/perbedaan-haji-reguler-dan-haji-khusus-ternyata-belum-banyak-yang-tahu.html>

<http://www.foxbusinessjournal.com/mkt/9Ps.html>

<https://www.travelumroh haji.co.id/2021/01/perbedaan-haji-reguler-dan-plus.html>

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.

## LAMPIRAN 1

### Daftar Pedoman Pertanyaan Wawancara

#### **A. Pertanyaan yang diajukan untuk Pimpinan dan karyawan PT Niat Suci ke Baitullah**

1. Apa saja produk yang dipasarkan oleh PT Niat suci ke Baitullah?
2. Bagaimana PT Niat Suci ke Baitullah menetapkan strategi produk?
3. Bagaimana PT NSK menetapkan harga untuk paket ibadah haji khusus ?
4. Siapa yang menentukan harga tersebut ?
5. Berapa harga yang ditawarkan untuk paket ibadah haji khusus ?
6. Apakah harga yang ditawarkan dapat mempengaruhi minat jamaah untuk menggunakan jasa PT NSK ?
7. Adakah ketentuan–ketentuan untuk harga yang sudah ditetapkan?
8. Apakah ada promosi yang dilakukan oleh PT NSK ?
9. Mengapa promosi dilakukan ?
10. Apa saja (media) alat-alat yang digunakan dalam mempromosikan produk ?
11. Siapa yang terlibat dalam mempromosikan produk ?
12. Bagaimana PT NSK dalam menanggapi komentar masyarakat jika mempromosikan produk melalui media sosial ?
13. Bagaimana cara PT Niat Suci ke Baitullah menentukan target pasar yang ingin di capai ?
14. Dimana distribusi dilakukan oleh PT NSK ?
15. Apakah alasan didirikannya PT NSK di jalan melati ?
16. Apa saja faktor-faktor yang menjadi pertimbangan tempat distribusi?
17. Bagaimana cara PT NSK dalam merekrut orang-orang yang ahli dalam bidang pemasaran ?
18. Apa yang dilakukan PT NSK untuk menciptakan SDM yang mumpuni di bidang strategi pemasaran ?
19. Bagaimana PT NSK dalam memotivasi karyawan agar lebih semangat dalam memasarkan produk ?

#### 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

20. Apa saja langkah-langkah dalam mencapai strategi pemasaran yang baik yang dilakukan oleh PT NSK ?
21. Adakah mekanisme yang harus dilakukan pada bagian pemasaran yang dilakukan oleh PT NSK?
22. Bagaimana proses memasarkan produk di PT NSK ?
23. Siapa yang terlibat dalam menentukan mekanisme maupun proses pemasaran di PT NSK ?
24. Adakah keterangan-keterangan terkait transportasi yang digunakan jamaah untuk berangkat ke tanah suci jika menggunakan jasa PT NSK ?
25. Bagaimana cara PT NSK dalam memberikan kesan yang positif kepada jamaah?
26. Apa saja yang harus dicantumkan pada brosur PT NSK agar desainnya terlihat baik dan informasi yang diperoleh menjadi lengkap?
27. Apa saja ketentuan pembayaran untuk paket ibadah haji khusus di PT NSK ?
28. Apa saja dokumen yang diperlukan agar jamaah bisa melakukan transaksi pembayaran ?
29. Melalui apa jamaah dapat melakukan transaksi pembayaran ?
30. Apa saja kendala dalam memasarkan paket ibadah haji khusus?

#### **B. Pertanyaan yang diajukan untuk jamaah PT Niat Suci ke Baitullah**

1. Apa saja produk yang ditawarkan oleh PT Niat Suci ke Baitullah kepada Saudara?
2. Berapa harga yang ditawarkan oleh PT Niat suci ke Baitullah kepada saudara ?
3. Apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas yang diberikan ?
4. Darimana saudara mengetahui informasi terkait PT Niat suci ke Baitullah ?
5. Adakah media sosial yang saudara ketahui terkait PT Niat Suci ke Baitullah ?

6. Apa saja dokumen yang harus saudara lengkapi agar dapat melakukan pembayaran ?
7. Dimana saudara melakukan transaksi pembayaran?
8. Apa yang saudara rasakan terkait pelayanan yang diberikan oleh PT Niat Suci ke Baitullah ?
9. Apa jenis transportasi yang saudara gunakan saat berangkat ke tanah suci ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## LAMPIRAN 2 DOKUMENTASI



**Gambar 5 Foto bersama bapak Ibnu Susanto selaku devisa marketing PT Niat Suci ke Baitullah**



**Gambar 6 Foto bersama Bapak H.Irma Romi Anto selaku Direktur PT Niat Suci ke Baitullah**



Gambar 7 Foto bersama Karyawan PT Niat Suci ke Baitullah



**free city tower**  
**KUALA LUMPUR**  
Keberangkatan Via Kuala Lumpur & Waktu Memungkinkan

**PT NIAT SUCI KEBAITULLAH**

Lion Air Garuda Indonesia malaysia TURKISH AIRLINES AirAsia AL SAUDI SAUDIA

PERSYARATAN & DOKUMEN	HARGA PAKET TERMASUK (Rp)	HARGA PAKET TIDAK TERMASUK (Rp)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Passport masa berlaku 7 bulan sebelum keberangkatan.</li> <li>2. Pas foto 4x6 7 lembar, latar belakang putih &amp; fokus bagian wajah 80%.</li> <li>3. Buku kuning suntik meningitis.</li> <li>4. Fotocopy KTP, KK, dan Surat Nikah bagi suami istri (3 Rangkap).</li> <li>5. Akta kelahiran bagi anak yang ikut orang tua (3 Rangkap).</li> <li>6. KK/KTP asli (untuk wanita &lt;45 tahun tanpa mahram)</li> </ol> <p>NB: Dokumen diterima minimal 2 BULAN sebelum keberangkatan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tiket pesawat ekonomi class.</li> <li>2. Perlengkapan umroh seperti bahan seragam, ihram dan sabuk (laki-laki), mukena, syal, tas koper, tas passport, buku pedoman umroh, buku ukhwah.</li> <li>3. Manasik umroh.</li> <li>4. Akomodasi sesuai paket (bus dan hotel).</li> <li>5. Ziarah Madinah &amp; Makkah.</li> <li>6. Visa Umroh.</li> <li>7. Makan 3x sehari.</li> <li>8. Snack setiap ziarah.</li> <li>9. Muftawij &amp; Mutawwifiah (Raudhat).</li> <li>10. Air zam-zam 5 liter.</li> <li>11. Kurma 5 kilo/ Sukari 3Kg.</li> <li>12. Bagaasi maksimal 20kg/orang</li> <li>13. Plagam Umroh.</li> <li>14. Asuransi Saudi Arabia</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan kamar.</li> <li>2. Biaya pembuatan passport.</li> <li>3. Suntik meningitis.</li> <li>4. Keperluan pribadi (kelebihan bagasi, telepon, laundry, dll).</li> <li>5. Acara diluar program.</li> <li>6. Penambahan jika kurs dolar lebih dari Rp. 14.000.--</li> <li>7. Biaya lain yang timbul akibat pandemi Covid-19</li> </ol>

Pembayaran HANYA dapat dilakukan melalui Bank Mandiri No. Rekening 108-00-8560-0000 a/n Niat Suci Ke-Baitullah atau secara tunai ke alamat berikut  
Komplek Ruko Royal Platinum II No.8 B - C Jl. Melati Stadion Kcc. Tampan, Panam - Pekanbaru  
Hotline: (0761) 870-5225 | Email: cs@niatgroup.co

**PELUNASAN 1 BULAN SEBELUM KEBERANGKATAN**  
MOHON UNTUK TIDAK MELETAKAN/MENYEBARKAN BROSUR INI DI DALAM MASJID  
Dari Abu Hurairah radhiallahu anhu, bahwa Rasulullah Shallallahu alaihi Wasallam bersabda:  
إِذَا بَلَغَ مِنْ بَيْعٍ أَوْ بَيْعٍ فِي الْمَسْجِدِ، فَوَرِّا : لَا تَرِجِ اللَّهُ تَرِجَتَهُ ، وَإِذَا بَلَغَ مِنْ بَيْعٍ فِي الْمَسْجِدِ : لَا يَرِي اللَّهُ عَرِيَّةً  
"Jika engkau melihat orang berjual-beli atau orang yang berutang di masjid, maka latakunlah kepada mereka, samaga Allah tidak memberikan keuntungan pada perdagangannya. Dan jika engkau melihat orang di masjid yang mengumumkan barangnya yang hilang, maka latakunlah samaga Allah tidak mengembalikannya barangnya"  
(HR. Al Tirmidzi no. 1321, dishahihkan Al Albani dalam Shahih Al Jama no. 573).

Gambar 8 Foto Brosur PT Niat Suci ke Baitullah

- 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.



**Gambar 9 Foto bersama Bapak H.Irma Romi Anto selaku Direktur PT Niat Suci ke Baitullah**



**Gambar 10 Foto bersama Jamaah PT Niat Suci ke Baitullah**



**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PAKET IBADAH HAJI KHUSUS PADA PT NIAT SUCI KE BAITULLAH GROUP TOUR DAN TRAVEL PEKAN BARU (RIAU)**

Disusun Oleh:

Nama : Desi Nur Indah Sari

NIM : 11744200740

Telah di setujui oleh pembimbing pada tanggal 06 April 2020

Pembimbing

**Nur Alhidayatillah, M.Kom.I**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah

**Imron Rosidi, S.Pd., M.A., Ph.D**

NIP.19811118 2009011006

- 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.





UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051

Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> Email: [fdk@uin-suska.ac.id](mailto:fdk@uin-suska.ac.id)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak 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.

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/059/2021  
Sifat : Biasa  
Hal : Mengadakan Penelitian

Pekanbaru, 20 Jumadil Awal 1442 H  
05 Januari 2021

Kepada Yth:  
Kepala Dinas Penanaman Modal dan  
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau  
Di

Pekanbaru

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

Nama : DESI NUR INDAH SARI  
NIM : 11744200740  
Semester : VII (tujuh)  
Jurusan : Manajemen Dakwah  
Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

**“Strategi Bauran Pemasaran Paket Ibadah Haji Khusus Pada PT Niat Suci ke Baitullah Group Tour dan Travel Pekanbaru (Riau)”**

Adapun sumber data penelitian adalah:

**“PT Niat Suci ke Baitullah Group Tour dan Travel Pekanbaru”**

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatian Saudara diucapkan terima kasih.



Wassalam  
an, Rektor,  
Dekan,

Dr. Nurdin, MA  
NIP.19660620 200604 1 015

- Tembusan :
1. Yth. Rektor UIN Suska Riau
  2. Mahasiswa yang bersangkutan



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

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

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/36431  
 TENTANG



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

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/059/2021 Tanggal 5 Januari 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- |                      |  |
|----------------------|--|
| 1. Nama              | : DESI NUR INDAH SARI  |
| 2. NIM / KTP         | : 11744200740  |
| 3. Program Studi     | : MANAJEMEN DAKWAH   |
| 4. Jenjang           | : S1   |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU  |
| 6. Judul Penelitian  | : STRATEGI BAURAN PEMASARAN PAKET IBADAH HAJI KHUSUS PADA PT NIAT SUCI KE BAITULLAH TOUR DAN TRAVEL PEKANBARU (RIAU) |
| 7. Lokasi Penelitian | : PT NIAT SUCI KE BAITULLAH TOUR DAN TRAVEL PEKANBARU (RIAU)   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 7 Januari 2021



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :  
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

**DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
 PROVINSI RIAU**

**Tembusan :**

**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan PT Niat Suci ke Baitullah Tour dan Travel Pekanbaru (Riau) di Tempat
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

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

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.

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

Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Al-Muhammad Syarif Kasim Riau



## BIOGRAFI PENULIS



Nama lengkap penulis adalah Desi Nur Indah Sari, biasa di panggil Desi, penulis lahir di Dusun Bangun Jadi pada tanggal 04 Mei 1999, penulis merupakan anak ke dua dari lima bersaudara dari pasangan Bapak Sadi dan Ibu Siti Khadijah, S.Pd.I .Penulis memiliki hobby menulis cerpen, puisi, novel dan memasak.

Riwayat pendidikan formal penulis dimulai pada tahun 2005 dari tingkat MI Al-Jamiatul Husna, dan tamat pada tahun 2011. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Bagan Sinembah dan tamat pada tahun 2014.

Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat Sekolah Menengah Atas Negeri 2 Bagan Sinembah. Selanjutnya penulis melanjutkan studi di Universitas Islam Negeri Sulthan Syarif Kasim Riau Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah untuk meraih gelar Sarjana dalam jenjang Strata (SI).

Pada tahun 2020, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN-DR) di desa Jadi Makmur Bagan Sinembah Riau, kemudian di tahun yang sama penulis juga melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di kantor wilayah kementerian agama (KANWIL) kota Pekanbaru.

Dalam bidang akademik, penulis melakukan penelitian di PT. Niat Suci ke Baitullah dengan judul **“Strategi Bauran Pemasaran Paket Ibadah Haji Khusus Pada PT Niat Suci ke Baitullah Group Tour dan Travel Pekanbaru (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.