

**MANAJEMEN MARKETING PAKET UMROH PT PENJURU
WISATA NEGERI PEKANBARU DI ERA PANDEMI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos) Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau**



OLEH :

RIZKI RAHMAWAN

11744102398

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
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.

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

**MANAJEMEN MARKETING PAKET UMROH PT PENJURU
WISATA NEGERI PEKANBARU DI ERA PANDEMI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos) Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas
Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

OLEH :

RIZKI RAHMAWAN

11744102398

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH

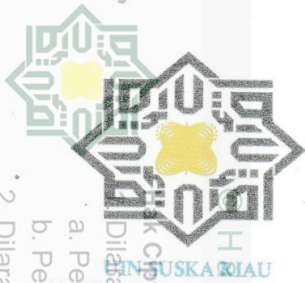
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2021

*Acc. Muassarah
Pembimbing
20/4-2021*



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 : Rizki Rahnawan
NIM : 11744102398
Judul : Manajemen Marketing Paket Umroh PT penjurur Wisata Negeri Pekanbaru di Era pandemi

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

Hari : Jum'at
Tanggal : 02 Juli 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, 13 Juli 2021

Dekan,

Dr. Imron Rosidi, Ph.D
NIP. 19821225 201101 1 011

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I

Dr. Imron Rosidi, Ph.D
Nip. 19821225 201101 1 011

Penguji III

Drs. Syahril Romli M. Ag
NIK. 195706111998803001

Sekretaris/ Penguji II

Nur Al-hidayatillah M. Kom.I
NIP. 130417027

Penguji IV

Dra. Silawati
NIP. 196909021995032001



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

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATIONS

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madari Tampan - Pekanbaru 28293
PO Box. 1004 Telp. 0761-562051 Fax. 0761-562052 Web: <https://iik.uin-suska.ac.id/>
iik@uin-suska.ac.id Email: iik@uin-suska.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

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

Nama : Rizki Rahmawan

NIM : 11744102398

Judul Skripsi : Manajemen Marketing Paket Umroh PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru di Era Pandemi

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk di munaqasahkan 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 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

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

Mengetahui

Ketua Prodi Manajemen Dakwah,

Imron Rosidi, MA. Ph.D
NIP. 198111182009011006

Pembimbing,

Khairuddin, M. Ag
NIP. 197208172009101000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizki Rahmawan
Nim : 11744102398
Tempat&tanggal lahir : Kedabu Rapat, 21 Oktober 1999
Jurusan : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Manajemen Marketing Paket Umroh PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru di Era Pandemi

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

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

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

Pekanbaru, 16 Juni 2021
Yang membuat pernyataan,




Rizki Rahmawan
NIM. 11744102398

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



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: ialn-sq@pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 01 Juni 2021

Khairuddin M. Ag
Dosen Pembimbing Skripsi
Nomor : Nota Dinas
Lampiran : 5 (Eksemplar) Skripsi
Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Dakwah
dan Komunikasi
A.n Rizki
Rahmawan
di Pekanbaru

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan atau perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini, maka kami sebagai pembimbing skripsi saudara **RIZKI RAHMAWAN, NIM. 11744102398** dengan judul "**Manajemen Marketing Paket Umroh PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru di Era Pandemi**" 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

Khairuddin, M. Ag

NIP. 197208172009101000

Hak cipta dilindungi Undang-Undang
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.

ABSTRAK

Nama : Rizki Rahmawan
Prodi : Manajemen Dakwah
Judul : Manajemen Marketing Paket Umroh PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru di Era Pandemi

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen pemasaran yang dilakukan oleh PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru pada masa pandemi Covid-19. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Populasi dan sampel adalah pimpinan dan staf PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru. Untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, penulis menggunakan wawancara. Kemudian data hasil wawancara tersebut dianalisis dengan menggunakan metode triangulasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Penjuru Wisata Negeri telah melakukan kegiatan manajemen pemasaran berupa pelayanan yang baik kepada jemaah umroh sehingga jemaah haji merasa puas dengan pelayanan perusahaan. Alhasil, memberikan kesan positif bagi PT Penjuru Wisata Negeri di masa pandemi Covid-19.

Kata kunci : Manajemen Marketing, PT Penjuru Wisata Negeri



ABSTRACT

Name : Rizki Rahmawan
Major : Management Dakwah
Title : Marketing Management Package Umrah PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru in the Era of the Pandemic

The purpose of this study is to know how marketing management is carried out by PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru during the Covid-19 pandemic. In this study, the author uses a qualitative descriptive approach. The population and samples are the leader and staffs of PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru. To answer the formulation of the problem in this study, the author uses interviews. Then the data from the interviews are analyzed using the triangulation method. The results of this study indicate that PT Penjuru Wisata Negeri has carried out marketing management activities in the form of good service to Umrah pilgrims so that pilgrims feel satisfied with the services of the company. As a result, it provides a positive impression to PT Penjuru Wisata Negeri during the Covid-19 pandemic.

keywords : Management Marketing, PT Penjuru Wisata Negeri

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena telah melimpahkan rahmat-Nya berupa kesempatan dan pengetahuan kepada kita semua. Shalawat dan salam kepada nabi Muhammad *Shallallahu 'alaihi wasallam* yang telah membawa cahaya islam sehingga kita bisa mengetahui yang haq dan yang Bathil. Tentunya dengan keilmuan tentang islam inilah skripsi yang berjudul **Manajemen Marketing Paket Umroh PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru di Era Pandemi** ini bisa selesai pada waktunya.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga skripsi penelitian ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada :

1. Ibu dan Ayah, atas bantuan finansial dan segala do'a yang telah di panjatkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Segenap Keluarga dan teman yang telah meyemangati dan membantu penyelesaian skripsi ini
3. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Prof. Dr. Kharunnas, M. Ag
4. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Bapak Dr. Nurdin, MA
5. Ketua jurusan dan sekretaris program studi Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yaitu Bapak Imron Rosidi Ph.D dan Bapak Khairudin M.Ag dalam memberikan pencerahan dan pengetahuan dalam penyelesaian skripsi.
6. Bapak Khairuddin M.Ag selaku dosen pembimbing skripsi penelitian ini.
7. Para ikhwan tangguh kader Dcc Al-fatih yang telah memberikan semangat dalam penyelesaian penelitian ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

8. Teman-teman sahabat hijrah yang telah memberikan motivasi agar segera menyelesaikan penelitian.
9. Dan semua teman-teman yang telah berkenan memberikan pinjaman buku referensi sehingga sebuah penelitian ini bisa terselesaikan.
10. Senior pembimbing yaitu Ahmad Muzammil, Maswan Amin S.sos, Zoelpan Sarema S.Si, M. Khutbah Arrafiq S.Pd, yang telah memberikan arahan dan bimbingan sehingga termotivasi untuk selesai.
11. Seluruh Civitas akademika Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru yang telah memberikan pengetahuan dan jasanya kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
12. Kepada seluruh narasumber yang telah memberikan waktu luang untuk menjawab pertanyaan dari penulis.
13. Dan kepada guru-guru Madrasah Aliyah Raudhatut Thalibin yang memberikan motivasi.

Penulis berharap semoga skripsi penelitian ini bisa menambah pengetahuan para pembaca. Namun terlepas dari itu, kami memahami bahwa skripsi penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga kami sangat mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun demi terciptanya skripsi penelitian yang lebih baik lagi.

Penulis

Rizki Rahmawan



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

KATA PENGANTARi

DAFTAR ISI.....iii

BAB 1 PENDAHULUAN 1

 A. Latar Belakang 1

 B. Penegasan Istilah..... 5

 a. Manajemen Marketing 5

 b. PT Penjuru Wisata Negeri..... 6

 c. Era Pandemi 6

 C. Batasan Masalah..... 7

 D. Rumusan Masalah 7

 E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 7

 a. Tujuan Penelitian 7

 b. Kegunaan Penelitian..... 7

 F. Sistematika Penulisan..... 8

BAB II KERANGKA TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR 10

 A. Kajian Teori..... 10

 a. Pengertian Manajemen..... 10

 b. Pengertian Marketing 14

 c. Manajemen Marketing..... 16

 d. Konsep Inti Dalam Marketing 17

 e. Ruang Lingkup Umroh 21

 1. Pengertian umroh..... 21

 2. Hukum Melaksanakan Ibadah Umroh 21

 3. Keutamaan Melaksanakan Ibadah Umroh..... 22

 f. Konsep Manajemen Marketing PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru di Era Pandemi 23

 B. Kajian Terdahulu 24

 C. Kerangka Berpikir 26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 30

 A. Jenis dan Pendekatan Penelitian..... 30

 B. Lokasi Penelitian..... 30

 C. Sumber Data..... 30

 D. Informan Penelitian 31

 E. Teknik Pengumpulan Data 31

 F. Validitas Data..... 34

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

G. Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV GAMBARAN UMUM PT. PENJURU WISATA NEGERI	38
A. Sejarah PT. Penjuru Wisata Negeri.....	38
B. Visi dan Misi PT. Penjuru Wisata Negeri.....	39
C. Struktur PT Penjuru Wisata Negeri.....	41
D. Program PT Penjuru Wisata Negeri	42
E. Keunggulan PT Penjuru Wisata Negeri	43
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Hasil Penelitian	44
1. Orientasi Pada Konsumen	44
2. Perencanaan Kegiatan Marketing Secara Menyeluruh	47
3. Kepuasan Konsumen.....	52
B. Pembahasan.....	56
1. Orientasi Pada Konsumen	56
2. Perencanaan Kegiatan Marketing Secara Menyeluruh	58
3. Kepuasan Konsumen.....	59
BAB VI PENUTUP	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	62
1. Bagi Perusahaan.....	62
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	62

DAFTAR PUSTAKA

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 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manajemen pada dasarnya hanya merupakan alat untuk mencapai tujuan suatu organisasi atau perusahaan yang akan mempermudah untuk mencapai hasil yang diinginkan.¹ Dengan manajemen yang baik sebuah organisasi atau perusahaan akan mendapatkan hasil yang optimal baik dari segi *man, money, methode, machines, materials, dan market*, yang merupakan konsep dasar dari unsur-unsur manajemen.

Secara internal, manajemen dituntut untuk memenuhi keinginan dan kepentingan berbagai pihak, seperti manajer tingkat rendah, para pemegang saham serta karyawan dan karyawan organisasi. Selain bagian internal organisasi, manajemen dituntut untuk memenuhi hak mereka yang berada diluar organisasi yang menjadi pendongkrak meningkatnya organisasi, seperti pemasok, distributor, agen, pemerintah dan para pelanggan tentunya yang menjadi tujuan dari sistem marketing.²

Sistem market atau pasar merupakan kegiatan yang sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk mempertahankan keberlangsungan kehidupan sebuah perusahaan, baik itu berkaitan untuk mengembangkan sebuah perusahaan maupun untuk mendapatkan laba. Market atau pasar boleh dikatakan sebagai peranan yang sangat vital bagi sebuah perusahaan dan ini berlaku bagi semua perusahaan tanpa terkecuali.

Pada umumnya setiap perusahaan, baik itu perusahaan yang berkecimpung menyediakan barang maupun jasa, perusahaan berpedoman pada salah satu konsep pemasaran, yaitu anggapan yang diyakini perusahaan sebagai dasar dari setiap kegiatan dalam memuaskan

¹ Malayu s.p. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia Dasar dan Kunci Keberhasilan*, (Jakarta: CV Haji Masagung 1991). 1.

² Sondang P Siagian, *manajemen Strategik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003).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.

kebutuhan dan keinginan konsumen.³ Akan tetapi jika melihat konsep pemasaran melalui konsep manajemen pemasaran islami, maka dalam hal ini Allah Swt berfirman :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : “Apabila shalat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung”.(QS. Al-jumu’ah (62):10)⁴

Salah satu cara untuk untuk mendapatkan rezeki adalah dengan berdagang. Berdagang menjadi sebuah kegiatan ekonomi yang mendatangkan keberkahan apabila dilakukan dengan cara yang sistematis dan terencana menggunakan kaidah yang benar. Kegiatan perdagangan akan terlihat ketika adanya sebuah permintaan maupun penawaran dan menyediakan suatu produk tertentu. Ketika berbicara tentang perdagangan atau bisnis tentunya tidak dapat terlepas dari pemasaran. Proses pemasaran menjadi bagian yang sangat penting dalam menawarkan barang dagangan kepada calon konsumen.⁵ Konsumen pada dasarnya harus dipenuhi keinginan dan kebutuhannya maka ini akan berdampak kepada sistem *marketing* yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan, termasuk didalamnya pada perusahaan travel haji dan umroh yang harus memenuhi kebutuhan pasar.

Perusahaan travel haji dan umroh merupakan perusahaan yang berkecimpung dalam bidang jasa untuk memfasilitasi para jama’ah haji dan umroh, agar pelaksanaan rukun islam yang kelima dapat ditunaikan dengan sempurna. Berdasarkan Berdasarkan firman Allah Subhanahu wata’ala dalam al-Qur’an dalam surah Al-Baqarah ayat 196 :

³ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014). 4 -5.

⁴ Al-Qur’an dan Terjemahan bahasa indonesia, (Jakarta: Pustaka Al-Hanan, 2009). 554.

⁵ Veithzal Rivai Zainal, Dkk, “*Islamic Marketing Management (Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah ke pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw)*”. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2018). 1.

وَأَتِمُّوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ فَإِنْ أُحْصِرْتُمْ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ وَلَا تَحْلِقُوا رُءُوسَكُمْ حَتَّىٰ يَبْلُغَ الْهَدْيُ مَحَلَّهُ فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ مَّرِيضًا أَوْ بِأَىِّ أَدَىٰ مِّن رَّأْسِهِ فَفِدْيَةٌ مِّن صِيَامٍ أَوْ صَدَقَةٍ أَوْ نُسُكٍ فَإِذَا أَمِنْتُمْ فَمَنْ تَمَنَّعَ بِالْعُمْرَةِ إِلَى الْحَجِّ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ فَمَنْ لَّمْ يَجِدْ فَصِيَامٌ ثَلَاثَةَ أَيَّامٍ فِي الْحَجِّ وَسَبْعَةً إِذَا رَجَعْتُمْ تِلْكَ عَشْرَةٌ كَامِلَةٌ ذَلِكَ لِمَنْ لَّمْ يَكُنْ أَهْلَهُ حَاضِرِي الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya : Dan sempurnakanlah ibadah haji dan 'umrah karena Allah. Jika kamu terkepung (terhalang oleh musuh atau karena sakit), maka (sembelihlah) korban yang mudah didapat, dan jangan kamu mencukur kepalamu, sebelum korban sampai di tempat penyembelihannya. Jika ada di antaramu yang sakit atau ada gangguan di kepalanya (lalu ia bercukur), maka wajiblah atasnya berfidyah, yaitu: berpuasa atau bersedekah atau berkorban. Apabila kamu telah (merasa) aman, maka bagi siapa yang ingin mengerjakan 'umrah sebelum haji (di dalam bulan haji), (wajiblah ia menyembelih) korban yang mudah didapat. Tetapi jika ia tidak menemukan (binatang korban atau tidak mampu), maka wajib berpuasa tiga hari dalam masa haji dan tujuh hari (lagi) apabila kamu telah pulang kembali. Itulah sepuluh (hari) yang sempurna. Demikian itu (kewajiban membayar fidyah) bagi orang-orang yang keluarganya tidak berada (di sekitar) Masjidil Haram (orang-orang yang bukan penduduk kota Mekah). Dan bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah sangat keras siksaan-Nya. (Q.S Albaqarah. (2) :196).⁶

Dan laksanakanlah manasik haji dan umrah dengan menyempurnakan rukun-rukun dan syarat-syaratnya, dengan mengharap keridhaan Allah. Namun jika ada sesuatu yang menghalangi kalian untuk menyempurnakannya seperti musuh, penyakit, dan musibah, sedangkan kalian masih berihram; maka wajib bagi kalian menyembelih unta, sapi, atau kambing sesuai kemampuan kalian agar kalian dapat keluar dari keadaan berihram (tahallul).⁷

Hal yang mengatur tentang haji di Indonesia diatur dalam undang-undang nomor 13 tahun 2008 yang diatur oleh pemerintah negara republik indonesia tentang penyelenggaraan ibadah haji, lebih tepatnya BAB II Pasal 3 mengenai Asas dan Tujuan yang berbunyi, “Penyelenggaraan ibadah haji bertujuan untuk memberikan pembinaan, pelayanan dan

⁶ <https://tafsirweb.com/717-quran-surat-al-baqarah-ayat-196.html> (diakses pada tanggal 15 November 2021).

⁷ Tafsir Al-Mukhtashar / Markaz Tafsir Riyadh, di bawah pengawasan Syaikh Dr. Shalih bin Abdullah bin Humaid (Imam Masjidil Haram) (diakses pada tanggal 15 November 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.

perlindungan yang sebaik-baiknya bagi jamaah haji sehingga jamaah haji dapat menunaikan ibadahnya sesuai dengan ketentuan ajaran agama Islam.”⁸ satu perusahaan penyedia jasa layanan haji dan umroh adalah PT Penjuru Wisata Negeri.

PT Penjuru Wisata Negeri merupakan salah satu perusahaan penyelenggara ibadah haji dan umroh. Perusahaan ini berdiri sejak 10 tahun yang lalu tepatnya pada bulan Oktober 2010 didirikanlah Biro Perjalanan Wisata pada saat itu di beri nama CV Andalas Education Tour (AET tour). Pada saat itu belum bernama PT Penjuru Wisata Negeri seperti sekarang. Perusahaan ini bergerak dibidang jasa penjualan tiket, penerbangan, dan penyelenggaraan tour, sebagai wadah para wisatawan untuk menikmati perjalanan wisata dan tour. namun pada bulan November 2011 didirikanlah PT Penjuru Wisata Negeri Sehingga nama perusahaan pun berubah menjadi PT. Penjuru Wisata Negeri, dan kegiatan operasional dilebarkan meliputi Biro Perjalanan Wisata, Agen Perjalanan Wisata, Jasa Pariwisata, Jasa Konvensi, Penjualan Paket Wisata, Penyediaan Layanan Pramuwisma, Penyediaan Layanan Angkutan Wisata, Pemesanan Akomodasai, Penyelenggaraan Ibadah Agama (haji dan umroh), dan lain sebagainya.

PT Penjuru Wisata Negeri merupakan salah satu perusahaan yang melakukan kegiatan pemasaran, yaitu pemasaran berupa jasa layanan haji dan umroh, namun sejak pandemi covid-19 sampai di negara Indonesia membuat hampir semua kegiatan perusahaan terhambat. Hampir semua aktifitas yang dilakukan perusahaan dilakukan secara daring (dalam jaringan) untuk mengurangi angka penyebaran covid-19. Termasuk kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh PT Penjuru Wisata Negeri yang dilakuakn secara online, oleh karna itu perusahaan mesti menyiapkan inovasi-inovasi baru berupa kegiatan pemasaran agar selama pandemi covid-19 kegiatan pemasaran tetap berjalan, walaupun jadwal

⁸ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2008 (On-line), tersedia di: <https://kemenag.go.id> (diakses pada tanggal 15 November 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.

keberangkatan jama'ah haji maupun umroh masih menunggu perizinan dari pihak kerajaan arab saudi yang hingga saat ini masjidil haram masih belum di buka untuk umum.

Sebagai perusahaan yang menyediakan jasa penyelenggaraan ibadah haji dan umroh, PT Penjuru Wisata Negeri, sampai saat ini sudah mempunyai kantor cabang terbesar yaitu sebanyak 22 kantor cabang yang tersebar didaerah Sumatra Barat, Riau, dan Jambi. Selain itu juga, PT Penjuru Wisata Negeri belum pernah gagal dalam memberangkatkan jama'ah juga mitra usaha yang sudah tersebar di 16 Provinsi diIndonesia. PT Penjuru Wisata Negeri tentunya akan menyiapkan kegiatan pemasaran yang berbeda dari sebelumnya karna saat pandemi covid-19 ini semua kegiatan memaksimalkan dengan mengandalkan media sosial yang ada, Oleh karna itulah saya tertarik untuk meneliti perusahaan travel ini dengan judul **Manajemen Marketing Paket Umroh PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru di Era Pandemi.**

B. Penegasan Istilah

Dalam penelitian yang berjudul “**MANAJEMEN MARKETING PAKET UMROH PT PENJURU WISATA NEGERI PEKANBARU DI ERA PANDEMI**”, didalam penulisan judul, ada beberapa hal yang perlu dijelaskan oleh penulis untuk menghindari kesalah pahaman dalam menafsirkan judul oleh pembaca, utamanya pada beberapa kata kunci yang penulis anggap penting untuk dijelaskan, diantara kata kunci yang akan dijabarkan adalah sebagai berikut:

a. Manajemen Marketing

Manajemen marketing adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan, (yang terdiri dari dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.⁹

Marketing atau Pemasaran secara etimologi adalah proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangannya. Sedangkan menurut terminologi pemasaran adalah kebutuhan, keinginan dan permintaan (*need, wants and demans*), produk, nilai, kepuasan dan mutu (*product, value, satisfaction and quality*), pertukaran, transaksi dan hubungan (*exchange, transaction and realationship*) dan pasar (market).¹⁰

b. PT Penjuru Wisata Negeri

PT Penjuru Wisata Negeri merupakan Biro Perjalanan Wisata yang menyediakan Agen Perjalanan Wisata, Jasa Pariwisata, Jasa Konvensi, Penjualan Paket Wisata, Penyediaan Layanan Pramuwisma, Penyediaan Layanan Angkutan Wisata, Pemesanan Akomodasi, Penyelenggaraan ibadah haji dan umroh, dan lain sebagainya. Tidak hanya itu, Perusahaan ini juga bergerak dibidang jasa penjualan tiket penerbangan juga sebagai wadah para wisatawan untuk menikmati perjalanan wisata dan tour.

c. Era Pandemi

Pandemi adalah wabah atau munculnya penyakit tertentu yang berasal dari sumber tunggal, dalam suatu kelompok, populasi, masyarakat atau wilayah yang melebihi tingkatan dari jumlah biasanya, yang menyebar luas melintasi batas negara, benua, atau populasi yang besar dan bahkan sampai keseluruh dunia.¹¹ Pandemi yang melanda Pada tahun 2020 merupakan pandemi covid-19 atau *Corona Virus Desease-19*. bermula pada akhir 2019 yang jumlah korban yang terinfeksi covid-19 pada saat itu hanya 27 orang,¹² hingga pada 02 april 2020, jumlah korban yang

⁹ Agustina shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang : UB Press, 2011). 1.

¹⁰ Dewi Akmalia Syafira, *Strategi pemasaran produk biro perjalanan haji dan umroh Sultan Agung Tour dan Travel*. (UIN Walisongo, tth).

¹¹ Ferry Efendi, Makhfudli, *Keperawatan Kesehatan Komunitas Teori dan Praktik Dalam Keperawatan*, (Jakarta : Salemba Medika, 2009). 49.

¹² South China Morning Post 02/04. (diakses pada tanggal 10 Oktober 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.

terinfeksi virus ini mencapai 1.001.078 orang, serta menyebabkan 51.385 kematian.¹³

Corona virus merupakan keluarga virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Jika terjadi pada manusia biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernafasan, mulai dari flu biasa hingga penyakit yang serius, seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan Sindrom pernafasan akut berat *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). Penyakit ini bisa menyebar melalui batuk dan bersin. Virus ini dapat bertahan bertahan hingga tiga hari atau ketika berada di aerosol selama tiga jam. Virus covid-19 ini ditetapkan sebagai pandemi oleh organisasi kesehatan dunia (WHO) pada 11 Maret 2020.¹⁴

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis hanya membatasi penelitian pada manajemen marketing PT Penjuru Wisata Negeri dalam memasarkan paket umroh yang dimiliki oleh PT Penjuru Wisata Negeri di era pandemi.

D. Rumusan Masalah

Didalam penulisan karya tulis ini rumusan masalahnya adalah Bagaimana manajemen marketing paket umroh PT Penjuru Wisata Negeri di era pandemi ?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah disebutkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konsep manajemen marketing yang dilakukan oleh PT Penjuru Wisata Negeri dalam menguasai pasar jasa ibadah umroh di era pandemi.

¹³ Worldometers, 02/04. (diakses pada tanggal 10 Oktober 2021).

¹⁴ Rohadatul Ais, Komunikasi Efektif dimasa Pandemi Covid-19 (Pencegahan Penyebaran Covid-19 di Era 4.0), (Banten : Makmood Publishing, 2020), 32-33.

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.

b. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Kegunaan Akademis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi dunia akademisi yang diharapkan dapat digunakan sebagai referensi tambahan dan memberikan gambaran informasi secara umum kepada pihak-pihak studi yang berkaitan jika seandainya nanti terdapat penelitian yang serupa.
- 2) Penelitian ini juga berguna untuk tambahan rujukan bagi para perusahaan yang menyediakan jasa tour haji dan umroh agar menjadi referensi tambahan untuk meningkatkan manajemen marketing pada perusahaan *tour* dan travel tersebut.

b. Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini penulis harapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengkajian dan pembelajaran pada jurusan manajemen dakwah fakultas dakwah dan komunikasi.
2. Sebagai syarat dalam menyelesaikan perkuliahan pada program sarjana strata satu (S1) dan untuk memperoleh gelar sarjana Sosial (S.sos) Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif kasim Riau.

F. Sistematika Penulisan

Skripsi ini ditulis dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan serta sistematika penulisan.

BAB II : Kajian Teori dan kerangka berfikir. Pada bab ini menguraikan kajian teori, kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian dan kerangka berfikir yang di gunakan didalam penelitian.

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 : Metode Penelitian. Bab ini menggambarkan dan menguraikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, teknik pengumpulan data, informan penelitian, teknik penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data serta teknik analisis data.

BAB IV : Gambaran Umum PT Penjuru Wisata Negeri. Pada bab ini berisi tentang sejarah, visi dan misi, Struktur, dan Program yang ada di PT Penjuru Wisata Negeri.

BAB V : Hasil penelitian dan pembahasan. Dalam bab ini membahas tentang manajemen marketing paket umroh yang dilakukan oleh PT Penjuru Wisata Negeri pada saat pandemi.

BAB VI : Penutup. Dalam bab ini penulis berusaha menyimpulkan hasil penelitian yang diperoleh dari analisa dalam pembahasan bab lima, kemudian dirangkai dengan kesimpulan dan saran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB II

KERANGKA TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

A. Kajian Teori

a. Pengertian Manajemen

Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.¹⁵ Manajemen memanfaatkan sebaik mungkin sumber daya yang dimiliki oleh sebuah organisasi baik dari sumber daya manusia maupun sumber daya alam agar memberikan manfaat bagi manusia.

Menurut Stoner J.A., R.E Freeman dan D.R. Gilbert J.R., menyatakan Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan terhadap usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber-sumber daya organisasi lainnya untuk mencapai suatu tujuan tertentu.¹⁶ Dapat dipahami bahwa manajemen adalah sebuah proses untuk mencapai suatu tujuan dalam rangka pemanfaatan sumber daya sebaik sebaik mungkin agar memberikan kemaslahatan bagi sesama.

Kata manajemen dapat memiliki beberapa arti, pertama sebagai pengelola, pengendalian atau penanganan. Kedua perlakuan yang terampil dan kreatif untuk menangani atau mengelola sesuatu. Dan yang ketiga gabungan dari dua pengertian diatas yaitu yang berkaitan dengan suatu pengelolaan suatu organisasi atau perusahaan dengan tujuan tertentu.¹⁷ Manajemen adalah seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain.¹⁸ Manajemen sebagai ilmu dan seni untuk

¹⁵ Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia Dasar dan Kunci Keberhasilan*, Loc. Cit.

¹⁶ Bob foster, Iwan Sidharta, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Yogyakarta : Diandara Kreatif, 2019). 7.

¹⁷ Yayat M Herujito, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Grasindo Gramedia Widya Sarana Indonesia, 2001). 1.

¹⁸ Dian Wijayanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2012). 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.

mengatur kearifan yang memiliki kegunaan dan manfaat masing-masing sesuai dengan tugas pokok dan fungsi masing-masing peranan manajemen.

Ilmu manajemen diperlukan dalam semua lini kehidupan masyarakat mulai dari organisasi paling dekat dalam kehidupan manusia yaitu keluarga, masyarakat, sampai kepada pemerintahan. Ilmu yang disebut sebagai seni dalam mengelola sesuatu ini tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia. Oleh karena itu Setiap ada kelompok suatu masyarakat, ilmu dalam mengatur dan mengelola segala sesuatu ini digunakan oleh hampir setiap orang.

Didalam manajemen ada beberapa unsur yang masing-masing memiliki keterkaitan antar yang satu dengan yang lainnya, jika salah satu unsur tidak berjalan dengan baik maka akan menghambat proses manajemen, unsur-unsur itu diantaranya adalah :

1. *Men*

Adalah sumber daya manusia (SDM) dalam mengelola dan memproduksi sumber daya yang ada. Karna SDM inilah yang akan menggerakkan sumber daya manusia maupun sumber daya alam dan menghasilkan sebuah produk.

2. *Money*

Faktor pendanaan atau keuangan, jika sebuah perusahaan tidak memiliki keadaan keuangan yang baik, maka sebuah perusahaan tidak dapat membayar upah karyawan, biaya operasional perusahaan, dan tidak dapat meneruskan kegiatan yang ada pada perusahaan. Oleh karena itulah perusahaan harus memiliki kemampuan untuk mengelola dan mengatur keadaan keuangan dengan baik.

3. *Materials*

Yaitu barang yang belum diolah dan belum bisa dimanfaatkan menjadi barang siap pakai dan siap digunakan. Dengan adanya barang yang belum diolah maka

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.

akan menjadikan peluang bagi sebuah perusahaan untuk menjadikan barang tersebut bernilai dan perusahaan akan mendapatkan keuntungan.

4. *Machine*

Yaitu suatu alat yang digunakan untuk mengolah bahan mentah menjadi barang jadi. *Machine* digunakan oleh perusahaan untuk mempermudah kegiatan produksi untuk mendapatkan keuntungan secara efisien.

5. *Method*

Method adalah sebuah tata cara untuk melakukan kegiatan manajemen secara maksimal dengan mempertimbangkan segala aspek demi tercapainya sebuah tujuan yang diinginkan.

6. *Market*

Adalah sebuah tempat untuk menawarkan produk yang telah dibuat oleh perusahaan. Konsep permainan pasar harus dikuasai oleh seorang manajer agar kegiatan *Marketing* dapat berjalan secara efektif. Jika kegiatan *Marketing* tidak berjalan secara maksimal, maka sebuah perusahaan akan mengalami kerugian dan akan berdampak pada perekonomian perusahaan.¹⁹

Pada unsur-unsur tersebut harus ada kerja sama antar tim sehingga pada semua unsur berjalan dengan seharusnya. Telah disebutkan bahwa yang pertama adalah manusia sebagai penggerak dari semua unsur. Maka uang, metode, bahan, mesin, dan pasar tidak akan dapat berjalan. Untuk itu perlu seorang manajer memperhatikan fungsi-fungsi dari manajemen itu sendiri. Secara dasar manajemen memiliki fungsi dalam menata setiap aktifitas yang ada agar memiliki daya dan

¹⁹ Anang Firmansyah, Budi W Mahardika, “*Penagantar Manajemen*”, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2018). 5-6.

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.

ketepatan yang dihasilkan tertuju pada sasaran-sasaran yang telah ditargetkan²⁰

Fungsi-fungsi manajemen diantaranya yaitu :

1. Menurut Desler (1996)²¹
 - a. *Planning* : meliputi tujuan, tindakan, pengembangan atauran, dan prosedur-prosedu, pengembangan rencana dan melakukan prediksi.
 - b. *Organizing* : meliputi pemberian tugas, bagian-bagian pendelegasian wewenang, dan mengkoordinir pekerjaan.
 - c. *Staffing* : meliputi rekrutmen karyawan, pelatihan dan pengembangan.
 - d. *Leading* : mencakup pemberian perintah, menjaga motivasi dan semangat karyawan.
2. Menurut Louis A Allen²²

Manajemen memiliki fungsi yaitu sebagai *Leading, Planning, Organizing, dan Controlling*.
3. Menurut Prajudi Atmosudirdjo²³

Manajemen memiliki fungsi sebagai *Planning, Organizing, Directing* atau *Actuating, dan Controlling*.
4. Menurut Henry Fayol²⁴

Menurut Henry Fayol manajemen memiliki fungsi yaitu sebagai : *Planning, Oraganizng, Commanding, Coordinating, Controlling*.
5. George R terry²⁵

²⁰ Haris Nurdiansyah, Robbi Saepul Rahman, " Pengantar Manajemen". (Yogyakarta: Dianra Kreatif, 2019). 22.

²¹ Rezky Na'im, Asma, "*Pengantar Manajemen* ") 4.

²² Anang Firmansyah, "*Manajemen*". 6.

²³ *Ibid. Hlm. 6.*

²⁴ Dian Wijayanto, "Pengantar Manajemen", Op. Cit. 9.

²⁵ *Ibid. 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.

George R terry manajemen memiliki fungsi yaitu sebagai *Planning, Organizing, Actuating, Controlling*.

Dari beberapa teori yang diungkapkan oleh pakar manajemen, pada dasarnya akan berputar pada porosnya jika dilakukan dengan perawatan-perawatan dan konsisten dalam menjalankannya. Selanjutnya tergantung kepada manajer dalam melakukan pembenahan-pembenahan dalam memanagerial sebuah perusahaan agar dapat memanfaatkan sumber-sumber daya yang ada dengan baik sehingga dapat memberikan manfaat bagi sesama.

b. Pengertian Marketing

1. Menurut Boyd Walker dan Larreche

Menurut Boyd Walker dan Larreche, *marketing* atau pemasaran adalah suatu proses analisis, perencanaan, implementasi, koordinasi dan pengendalian program pemasaran yang meliputi kebijakan produk, harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa, dan ide yang ditawarkan untuk menciptakan dan meningkatkan pertukaran manfaat dengan pasar sasaran dalam upaya pencapaian tujuan organisasi.²⁶ *Marketing* juga disebut sebagai seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran, dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang paling unggul.²⁷ Tujuan dalam sebuah market adalah sebuah metode untuk mengenalkan produk yang kita tawarkan dengan sebuah *goals* dalam konsep marketing adalah seorang pelaku konsumen berhasrat untuk memiliki produk yang kita miliki.

2. Menurut Kotler dan Amstrong

Menurut Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok dalam memperoleh sesuatu yang mereka butuhkan dan yang

²⁶ Radna Andi Wibowo, Manajemen Pemasaran, (Semarang : Semarang University).

²⁷ Miguna Astuti, Agni Rizkit Amanda, "Pengantar Manajemen Pemasaran".

(Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020). 2.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

mereka inginkan melalui penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.²⁸ Dengan artian bahwa sebuah market tidak akan terjadi tanpa adanya interaksi antara diri kita dengan orang lain yang menyebabkan terjadinya pertukaran antara diri kita dengan orang lain dengan saling membutuhkan satu sama lain.

3. Menurut Fandy Tjiptono

Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal perusahaan, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang memiliki batas terhadap lingkungan eksternal perusahaan. Pemasaran memiliki tujuan untuk menarik pembeli dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, pemasaran memainkan peranan penting dalam mengembangkan aset perusahaan.²⁹ Meskipun memiliki kontak yang terbatas dengan dunia luar perusahaan, namun inilah yang harus dipahami oleh seorang pemasar.

4. Paul Smith, Chris Berry, dan Alan Rufold

Menyatakan bahwa pemasaran adalah hubungan yang tersusun antara sebuah bisnis dan pasarnya. Dimensi pelaku pasar mencetus beberapa ide yang luas, desain, pesan, media, potongan, bentuk dan warna. Hal tersebut dilakukan untuk mengkomunikasikan beberapa ide dan untuk memancing persepsi khusus tentang produk dan layanan oleh individual masyarakat yang telah dikumpulkan atau disatukan dalam sebuah target pasar.³⁰

5. American Marketing Association

Adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk menjaga hubungan dengan pelanggan dengan

²⁸ Veithzal Rivai Zainal, Dkk, “*Islamic Marketing Management (Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah ke pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw)*”. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2018). 6.

²⁹ Achmad Rizal, “*Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat 4.0*”. (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020). 2.

³⁰ Veithzal Rivai Zainal, Dkk, “*Islamic Marketing Management (Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah ke pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw)*”. Op., Cit. 7.

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.

cara menguntungkan organisasi dan untuk pemangku kepentingan.³¹ Menjaga keharmonisan dengan pelanggan akan mengakibatkan hubungan baik yang terus menerus sehingga perusahaan dapat terus mengakomodir usahanya demi keberlangsungan kehidupan sebuah perusahaan.

c. Manajemen Marketing

Manajemen merupakan kegiatan pokok sebuah perusahaan yang harus dilakukan oleh perusahaan demi mempertahankan perkembangan dan keberlangsungan kehidupan perusahaan, serta laba bagi perusahaan.³² Manajemen marketing memiliki beberapa pengertian menurut para ahli, yaitu :

1. Dharmmesta dan Handoko

Menurut Dharmmesta dan Handoko, manajemen pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh sebuah instansi perusahaan demi mempertahankan kelangsungan perusahaannya, berkembang dan mendapatkan keuntungan dari mendapatkan kegiatan dari pertukaran.³³ Selain dari berujung pada sebuah penjualan, sebuah perusahaan juga dituntut untuk memberikan rasa puas kepada pelanggan, demi terciptanya penjualan yang terus menerus yang akan berakibat berkesinambungnya sebuah perusahaan dalam menjalankan usahanya.

2. Sofjan Assauri

Menurut Sofjan Assauri manajemen pemasaran merupakan kegiatan menganalisis, merencanakan, mengoordinasikan, dan mengendalikan semua kegiatan, yang berhubungan dengan

³¹ Anang Firmansyah, “Pemasaran (Dasar dan Konsep)”, (Pasuruan: Qiara Media, 2019).2.

³² Zainal, Dkk, “Islamic Marketing Management (Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah kepemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw)”. Op., Cit. 8.

³³ Rezky Naim, Asma, “Pengantar Manajemen”. (Pasuruan: CV Qiara Media, 2019). 124.

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.

perencanaan dan meluncurkan suatu produk, pengomunikasian, promosi, dan pendistribusian produk tersebut, serta menetapkan harga dan mentransaksikannya dengan tujuan agar dapat memuaskan pelanggan, juga mencapai tujuan organisasi perusahaan jangka panjang.³⁴

d. Konsep Inti dalam Manajemen Marketing

1. Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan

Konsep dasar yang melandasi pemasaran adalah kebutuhan manusia. Kebutuhan manusia adalah implementasi dari rasa kehilangan manusia akan kebutuhan manusia yang sangat kompleks. Bukan hanya kebutuhan pokok berupa makanan, pakaian, dan tempat tinggal. Akan tetapi juga termasuk rasa aman, sosialisasi, kepemilikan, penghargaan dan sebagainya. Semua kebutuhan tersebut berasal dari masyarakat konsumen, yaitu bila kebutuhan dan keinginan mereka tidak bisa dipenuhi oleh satu pihak maka mereka akan mencari pihak lain untuk memuaskan dan memenuhi keinginan mereka.³⁵

Selanjutnya manusia memiliki kebutuhan yang dihasilkan oleh budaya dan kepribadian individual atau disebut dengan keinginan. Keinginan adalah penawar akan hasrat kebutuhan yang spesifik, masyarakat yang semakin berkembang kebutuhannya juga senantiasa semakin banyak, tetapi juga memiliki keterbatasan akan uang yang dimiliki, waktu, dan ruang. Sehingga dibutuhkan perusahaan untuk meminimalisir keterbatasan tersebut, paling tidak meminimalisir keterbatasan sumber daya.³⁶

³⁴ Veithzal Rivai Zainal, Dkk, “*Islamic Marketing Management (Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah ke pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw)*”, Op., Cit. 9.

³⁵ Anang Firmansyah, “*Pemasaran (Dasar dan Konsep)*”, (Pasuruan: Qiara Media, 2019). 11-12.

³⁶ Agustina Shinta, “*Manajemen Pemasaran*”, (Malang : UB Press, 2011). 10.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. Pasar sasaran, Positioning, dan Segmentasi

Dalam kehidupan sehari-hari ada banyak sekali produk-produk yang kita lihat, akan tetapi dari sekian banyak barang yang kita lihat, tidak semua barang yang kita lihat tertarik untuk membelinya. Tidak semua orang menyukai sereal, biskuit, kamar hotel, kamar hotel, restoran, mobil, ataupun sebuah film. Oleh karena itu pada sebuah marketing memulai membagi-bagi pasar kedalam beberapa segmen. Mereka mengidentifikasi dan membuat profil dari kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin akan tertarik pada produk-produk yang mereka tawarkan, dengan melihat dari sektor demografis, psikografis, dan perilaku dari pembeli.³⁷

Setelah mengidentifikasi segmen pasar, tentunya seorang marketing telah mengetahui segmen pasar mana yang akan memberikan peluang terbesar. Untuk setiap bagian marketing, tentunya mereka lebih memprioritaskan kepada peluang yang dianggap sangat berpotensi terhadap segmen pasar atas produk yang mereka tawarkan dibandingkan dengan segmen yang pasar yang mereka anggap potensinya lebih rendah, karena dengan cara ini bisa lebih menguntungkan perusahaan.

3. Penawaran dan merek

Perusahaan memenuhi kebutuhan dengan mengajukan sebuah proposisi nilai, atau bisa disebut dengan (value proposition), yaitu sebuah penawaran yang di tawarkan kepada konsumen demi keuntungan bagi perusahaan sekaligus menjadi kebutuhan bagi konsumen. Proposisi nilai yang awalnya tidak memiliki wujud menjadi berwujud sesuatu, dengan suatu penawaran. Penawaran dapat berupa suatu kombinasi produk, jasa, sebuah informasi atau pun pengalaman.³⁸

³⁷ Anang Firmansyah, "Pemasaran (Dasar dan Konsep)", Op., Cit. 14.

³⁸ Ibid. 15.

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.

4. Nilai dan Kepuasan

Nilai menggambarkan sebuah manfaat baik yang berbentuk maupun tidak berbentuk. Dan biaya yang dipersepsikan oleh konsumen. Kepuasan juga menggambarkan bahwa sebuah prestasi kinerja juga dapat di persepsikan dengan sebuah penilaian (atau hasil). Atau berkaitan dengan sebuah ekspektasi.³⁹ Meningkatnya sebuah nilai juga berimbas kepada kualitas dan pelayanan dan harga, artinya jika pelayanan menurun maka pelayanan akan suatu produk baik itu jasa maupun barang bisa menurun seiring dengan menurunnya sebuah harga.

5. Saluran Pemasaran

Untuk mencapai sebuah target saluran pemasaran, seorang marketing menggunakan beberapa cara, yaitu saluran komunikasi, menyampaikan dan menerima pesan dari penjual kepada pembeli. Saluran ini mencakup media cetak, radio, televisi, papan iklan, poster, brosur, studio rekaman dan internet. Selain itu, sebuah saluran pemasaran biasanya menyampaikan pesan mereka dengan menyampaikan ekspresi wajah yang ramah dan menggunakan pakaian yang rapi agar berkesan kepada target pemasaran.⁴⁰ Untuk menggelar sebuah pemasaran seorang pemasar biasanya menggunakan media yang bisa digunakan oleh pemasar sekaligus bisa digunakan oleh target pemasar seperti, email, blog, dan layanan bebas pulsa.

6. Rantai Pasokan

Rantai pasokan (supply chain) adalah tahapan yang lebih panjang yang membentang dari tahapan penyediaan barang mentah hingga sampai kepada tangan konsumen. Contohnya

³⁹ Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, "Konsep dan Strategi Pemasaran", (Makassar: CV Sah Media, 2019). 10.

⁴⁰ Anang Firmansyah, "Pemasaran (Dasar dan Konsep)", Op. Cit. 17.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

pada rantai pasokan untuk dompet wanita, dimulai dari penyediaan kulit, dan penyamakan, pemotongan, manufaktur, dan saluran pada pemasaran sebelum sampai ke tangan konsumen.⁴¹ Pada tahapan ini tujuan utamanya untuk dapat meningkatkan penjualan, juga pada rantai pasokan yang harus diperhatikan adalah kualitas bahan yang akan di gunakan, jika bahan pasokan yang digunakan adalah kualitas yang kurang bermutu maka akan mempermudah pesaing untuk menciptakan produk yang lebih bagus, karna kualitas yang mereka gunakan adalah kualitas bagus, dan barang yang kita tawarkan akan semakin sepi peminat karna kalah dari pesaing.

7. Persaingan

Persaingan mencakup seluruh penawaran dan seluruh produk yang ditawarkan oleh pihak pesaing dalam memasarkan produk yang sama, baik berupa aktual maupun potensial yang harus dipertimbangkan dan harus kolektif oleh seorang calon pembeli.⁴² Didalam persaingan dengan produk yang sama, akan tetapi dari *company* yang berbeda, seorang calon pembeli lebih memilih spesifikasi produk yang lebih banyak menguntungkan baginya demi memperoleh kenyamanan daripada memilih produk yang keuntungan bagi pembeli lebih sedikit. Konsep dasar persaingan ini yang harus diperhatikan agar kita bisa berkompetitif dalam melakukan persaingan penawaran dan persaingan semua produk.

8. Lingkungan Pemasaran

Lingkungan pemasaran berupa tempat atau lokasi sebuah pemasaran, baik itu lingkungan tugas, berupa, perusahaan, dealer, pemasok, distributor, dan target pelanggan. Juga didukung oleh lingkungan demografis, politik, hukum,

⁴¹ Ibid. 18.

⁴² Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, “*Konsep dan Strategi Pemasaran*”, Loc., Cit.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

ekonomi, fisik, teknologi dan sosial budaya.⁴³ Jika tidak didukung oleh lingkungan tugas dan lingkungan demografis maka tidak akan mencapai klimaks dari sebuah konsep pemasaran, karan tidak didukung oleh lingkungan yang memadai.

e. Ruang Lingkup Umroh

1. Pengertian Umroh

Umroh diambil dari kata *al-i'timar* yang berarti ziarah (berkunjung). Sedangkan yang dimaksud dengan umroh adalah berkunjung ke ka'bah dengan melaksanakan *thawaf*, *sa'i*, antara *shafa* dan *marwa*, dan mencuur atau memotong rambut. Para ulama sepakat bahwa umrah adalah ibadah yang disyariatkan.⁴⁴

Umroh secara etimologi (bahasa) berarti berkunjung sedangkan secara terminologi (istilah) adalah berkunjung ke baitullah melakukan ibadah kepada Allah *Subhanahu Wata'ala* dengan melakukan *thawaf* dan *sa'i* lalu diakhiri dengan *tahallul*.

Umrah dalam makna lain adalah berkunjung ke baitullah untuk melakukan *thawaf*, *sa'i*, dan bercukur atau *tahallul* untuk mendapatkan ridha-Nya.⁴⁵ didalam pengerjaan ibadah umroh jika sudah sampai pada tahap mencukur rambut artinya selesai sudah rangkaian pengerjaan dalam ibadah umroh.

2. Hukum Melaksanakan Ibadah Umroh

Mengenai hukum umroh, ada beberapa perbedaan pendapat. Menurut Imam Syafi'i hukumnya wajib. Menurut mazhab maliki da mazhab hanafi hukumnya sunnah mu'akkad

⁴³ Ibid. 10.

⁴⁴ Syaikh Sulaiman Ahmad Yahya Al-Faifi, "Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq", (Jakarta Timur: Pustaka Al-kautsar, 2009). 389.

⁴⁵ Megah Tinambun, "Panduan Praktis Haji dan Umroh Plus Do'a dan Zikir Lengkap", Loc. Cit.

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.

(sunnah yang di pentingkan).⁴⁶ Ibadah umroh bagi yang menunaikannya dapat digolongkan sebagai ibadah wajib atau sunnat. Umroh wajib yaitu umroh yang baru pertama kali dilaksanakan, dan boleh juga disebut *umratul islam* dan umroh yang dilaksanakan karna nazar. Sedangkan umroh sunnat adalah yang dilaksanakan yang kedua kali dan seterusnya dan bukan karna nazar.⁴⁷

تَابِعُوا بَيْنَ الْحَجِّ وَالْعُمْرَةِ ، فَإِنَّهُمَا يَنْفِيَانِ الْفَقْرَ وَالذَّنُوبَ ، كَمَا يَنْفِي الْكَبِيرُ خَبَثَ الْحَدِيدِ وَالذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ ، وَلَيْسَ لِلْحَجَّةِ الْمَبْرُورَةِ ثَوَابٌ إِلَّا الْجَنَّةُ

Artinya : *Iringilah ibadah haji dengan (memperbanyak) ibadah umroh (berikutnya), karena sesungguhnya keduanya dapat menghilangkan kefakiran dan dosa-dosa sebagaimana alat peniup besi panas menghilangkan karat pada besi, emas dan perak. Dan tidak ada (balasan) bagi (pelaku) haji yang mabrur melainkan surga. (HR Imam at-Tirmidzi).*⁴⁸

Sebagaimana di jelaskan hadis diatas bahwa melaksanakan ibadah haji dan umroh bisa menghilangkan kefakiran sebagaimana karat-karat yang menempel pada besi yang rontok disebabkan oleh peniup besi, emas dan perak. Begitulah yang Allah jelaskan bagi yang melaksanakan ibadah haji dan umroh.

3. Keutamaan Melaksanakan Ibadah Umroh

1. Menghapus Dosa

Apabila seseorang mengerjakan ibadah umroh pada tahun yang lalu, kemudian mengerjakan ibadah umroh pada tahun berikutnya maka dosanya diantara dua waktu umroh tersebut dihapuskan.

2. Memperoleh Ketenangan Hati

⁴⁶ Zulkifli, "Rambu-Rambu Fiqh Ibadah mengharmoniskan hubungan vertikal dan horizontal", Op. Cit. 231.

⁴⁷ Helmi Basri, "Fiqh Ibadah Panduan Ibadah Seorang Muslim", (Pekanbaru: Suska Press, 2010).106.

⁴⁸ <https://news.detik.com/berita/d-4957603/5-keutamaan-umroh-beserta-surat-dan-haditsnya> (diakses 22 Maret 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.

Dengan memperbanyak doa pada waktu mengerjakan ibadah umroh, maka hati senantiasa akan menjadi lebih tenang dan tentram. Keutamaan umroh ini memberikan kekayaan dalam hati, sehingga menjadi lebih sabar dan menambah iman bagi siapapun yang mengerjakannya.

3. Memperoleh pahala sholat berlipat ganda

Mengumpulkan pahala sholat terbilang cukup sulit, bila pada umumnya mengerjakan sholat pahalanya hanya 1 derajat saat sholat sendirian dan 27 derajat saat berjamaah, ketika sedang melaksanakan ibadah umroh pahala akan berlipat ganda. Keistimewaan umroh membuat pahala sholat menjadi seribu kali lipat hingga seratus ribu kali lipat.

4. Meningkatkan Iman dan Taqwa

Keistimewaan umroh lainnya adalah dapat meningkatkan keimanan dan ketakwaan, dengan melakukan ibadah umroh seseorang tersebut berupaya agar iman dan taqwa di tingkatkan.⁴⁹

f. Manajemen Marketing PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru di Era Pandemi

Pada saat sebelum pandemi PT penjuru Wisata Negeri melakukan pemasaran melalui konsep penjualan langsung dengan penjualan melalui cabang kantor yang tersebar diseluruh provinsi riau. Pemasaran juga melalui mitra perwakilan yang diutus oleh perusahaan yang akan memasarkan melalui berbagai macam metode, seperti melalui spanduk, baliho, brosur, maupun melalui majelis taklim yang mereka isi.

⁴⁹ Muhammad Andhika Afrianto, Tips Yang Sudah Teruji Dari Pengalaman Sehari-Hari Raih Pahala Haji dan Umroh setiap Hari, (tt.: tp., tth), 14-16.

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.

Berbeda halnya pemasaran pada masa pandemi covid-19 ini, PT Penjuru Wisata Negeri lebih mengedepankan konsep pemasaran via online. baik itu melalui web, youtube, instagram, facebook, dan whatsapp. Kemudian perusahaan membuat terobosan untuk merekrut perwakilan-perwakilan baru atau agen pensiyar umrah melalui daring (dalam jaringan), agen-agen yang telah di rekrut oleh perusahaan tersebut akan di choacing dan diedukasi dalam kelas online melalui sebuah apliksai video call. Setelah mereka paham akan materi yang disampaikan oleh coach, kemudian bergabung menjadi pensiyar umrah, mereka akan dibekali desain-desain yang berkaitan dengan umrah melalui PT penjuru Wisata Negeri. Sehingga para agen yang telah terekrut cakap dalam memasarkan dan mengajak masyarakat untuk berangkat ke baitullah.

Demi keberlangsungan perusahaan, PT Penjuru Wisata Negeri membuat konsep kebijakan baru terkait pembayaran awal suka-suka atau dikenal dengan DP (*down payment*) suka-suka. Mekanisme program DP suka-suka ini calon jama'ah umrah bisa mendaftar dengan biaya yang kecil atau tanpa biaya sama sekali dengan persyaratan diserahkan kepada pihak perusahaan.⁵⁰

B. Kajian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang penulis jadikan sebagai tinjauan pustaka untuk menjadi bahan referensi dan sebagai perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu:

Pertama: Penelitian yang dilakukan oleh M. Rifki, NIM : 11344104008, dengan judul skripsi “Manajemen Pelayanan PT Riau Wisata Hati Dalam Mempersiapkan Calon jama'ah Haji dan Umroh di Pekanbaru, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syaif Kasim pekanbaru Riau pada tahun 2018, yang berlokasi di panam pekanbaru Riau. didalam

⁵⁰ Wawancara dengan Bapak Rahmad Ramadhan pada tanggal 24 November 2020 via

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.

skripsi, penulis mengungkapkan bahwa didalam penyelenggaraan ibadah haji didalam PT Riau wisata hati yang menganggap sama rata antara pejabat, kepala dinas, kepala negara, atau didalam perusahaan tour dan travel ini tidak mementingkan senioritas, dan juga pada perusahaan ini banyak jama'ah yang terpuaskan akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan ini.

Kedua : Penelitian yang dilakukan oleh Armase Galuh Pratiwi, NIM, 1224018, dengan judul “Manajemen pemasaran oleh Hasuna Tour Yogyakarta periode 2015-2016”. Jurusan manajemen dakwah fakultas dakwah dan komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga di Yogyakarta. Didalam skripsi penulis, mengungkapkan bahwa didalam meningkatkan sistem *Marketing* pada sebuah perusahaan travel haji dan umroh hasuna tour, maka yang perlu pihak travel lakukan adalah dengan meningkatkan pelayanan pada saat jama'ah mulai mendaftarkan ibadah umroh atau haji sampai kepada kepulangan jama'ah. Maka didalam diri masing-masing jama'ah akan merasa puas dengan konsep yang diberikan oleh Hasuna Tour, dengan begitu jama'ah yang telah berangkat akan bercerita ke tetangga, teman, keluarga dan orang-orang terdekatnya bahwa Hasuna Tour merupakan perusahaan travel yang melayani jama'ah dengan baik. Dengan begitu akan menambah minat jama'ah untuk mendaftarkan haji dan umroh melalui Hasuna Tour.

Ketiga : penelitian yang dilakukan oleh Agustina Wulandari, NPM, 1441030050, dengan Judul “Manajemen Pelayanan biro perjalanan haji dan umrah di PT. Patuna Mekar Jaya Tour & Travel Bandar Lampung”. Jurusan manajemen dakwah fakultas dakwah dan komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Didalam skripsi penulis Mengungkapkan bahwa, Pelayanan yang diberikan PT. Patuna Mekar Jaya Tour & Travel sudah cukup baik karena pada pelaksanaannya telah diterapkan sesuai dengan teori dan praktek. Hanya saja jama'ah yang berkurang dari tahun sebelumnya karna semakin banyaknya biro-biro perjalanan haji dan umroh yang menyediakan paket harga yang lebih

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.

murah sehingga jama'ah lebih banyak memilih biro-biro perjalanan haji dan umrah yang lebih murah, padahal belum tentu pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diinginkan. Namun dalam hal pelayanan PT. Patuna Mekar Jaya sudah cukup maksimal, berupa pelayanan akomodasi, penginapan hotel bintang lima, serta pelayanan ketika berada ditanah air maupun ketika berada ditanah suci.

Keempat : penelitian yang dilakukan oleh Zaimul Muna, NIM, 1401036070, dengan judul “Strategi manajemen pemasaran dibiro haji dan umroh PT. Arwaniyyah Tour & Travel Kudus pada tahun 2018”. Jurusan manajemen dakwah, fakultas dakwah dan komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Didalam skripsi penulis mengungkapkan bahwa, didalam strategi manajemen pemasaran yang dilakukan oleh PT. Arwaniyyah Tour & Travel Kudus, menggunakan strategi citra perusahaan bauran pemasaran. strategi pemasaran yang digunakan yaitu citra perusahaan di mana strategi tersebut memaparkan suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengkrut calon jamaah. Citra perusahaan merupakan hal penting bagi PT. Arwaniyyah Tour & Travel untuk mendapatkan kepercayaan dari para pengguna jasa,oleh karena itu PT. Arwaniyyah Tour & Travel dapat menjaga citra positif yang telah ada bahkan meningkatkannya melalui beberapa cara seperti meningkatkan hubungan baik dengan masyarakat, menjaga komunikasi baik secara berkelanjutan dengan para pengguna jasa, serta konsisten terhadap kualitas pelayanan.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan dasar teori yang telah melalui sintesa teori berdasarkan kenyataan, observasi serta telaah kepustakaan, oleh karna itu kerangak teori ini akan memuat hubungan, pengaruh, komparatif, anantara variabel yang terlibat dalam penelitian berdasarkan grand theory, theory pendukung, dalil atau konsep dasar penelitian juga menejelaskan secara jelas keterkaitan antara variabel yang terhubung disamping itu juga dapat dijadikan sebagai asas untuk menjawab problematika serta alur

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.

logika hubungan antar variabel yang terjalin, sehingga akan sangat setara dengan masalah yang sedang diteliti.⁵¹

Kerangka berpikir adalah penjelasan peneliti terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan peneliti yang telah disusun berdasarkan kajian teoritis dan hasil penelitian yang sesuai. Dalam membangun kerangka berfikir sering timbul kecenderungan bahwa pernyataan-pernyataan yang telah disusun tidak cocok dengan sumber kepustakaan, karna sudah habis dipakai untuk menyusun kerangka teoritis. Hal ini tidaklah benar, justru didalam menyusun sebuah kerangka berpikir ini sangat diperlukan argumentasi ilmiah yang dipilih dari teori-teori yang sesuai.⁵²

Kerangka berpikir atau kerangka penalaran logis yang digunakan untuk mengetahui manajemen marketing haji dan umrah PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru di era pandemi, mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Muh. Rezky Naim dan Asma (2019) dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Manajemen”. Ia menjelaskan bahwa ada tiga konsep manajemen marketing secara umum. Yaitu, (1) orientasi pada konsumen, (2) perencanaan kegiatan marketing secara menyeluruh, (3) dan kepuasan konsumen.

1. Orientasi Pada Konsumen

Orientasi pada konsumen dapat didefinisikan sebagai kecukupan pemahaman dari sebuah perusahaan akan target konsumen mereka dalam rangka terus menerus menciptakan keunggulan dan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing.⁵³ dalam artian lain yaitu selalu menyediakan apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

⁵¹Jemmy Rumengan, dan Idham, “*Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*”, (Bandung: Cita Pustaka Media, 2015). 115.

⁵²Husaini Usman, dan Purnomo Setyadi Akbar, “*Metodologi Penelitian Sosial*”, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017). 68.

⁵³

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

2. Perencanaan Marketing Secara menyeluruh

Perencanaan marketing secara menyeluruh adalah, manajemen yang bertugas mengelola perusahaan memiliki tugas dalam perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian. Perencanaan dapat berupa perencanaan jangka pendek, perencanaan jangka menengah, dan perencanaan jangka panjang. Perencanaan yang baik merupakan salah satu faktor penunjang berkembangnya perusahaan.⁵⁴

3. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Sedangkan kepuasan adalah semacam langkah perbandingan antara pengalaman dan evaluasi hasil, dapat menghasilkan sesuatu yang nyaman secara rohani bukan hanya nyaman karna dibayangkan atau diharapkan. Puas atau tidaknya buka tergantung emosi, akan tetapi berdasarkan hasil evaluasi dari emosi. Konsep berpikir bahwa kepuasan konsumen akan meningkatnya profit adalah bahwa konsumen yang puas akan bersedia membayar lebih dan tidak merasa keberatan.⁵⁵

Hal itu dapat dijabarkan dalam bentuk bagan sebagai berikut :

⁵⁴ Husein Umar, “*Strategic Management in Action (konsep, teori, dan teknik menganalisis manajemen strategis strategic business unit berdasarkan konsep Michael R Porter, Fred R David, dan Wheelen Hunger)*”, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2001). 28.

⁵⁵ Asmara Indahingwati, “Kepuasan Konsumen dan citra institusi Kepolisian pada kualitas layanan SIM corner diindonesia” (Surabaya : CVC Jakad Publishing Surabaya, 2019). 31.

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 2.1 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. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.⁵⁶ sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif mempunyai arti bersifat menggambarkan tentang sesuatu hal, yaitu berupa gambar atau foto-foto yang didapat dari lapangan objek penelitian dengan menjelaskan hasil penelitian dengan gambar-gambar atau boleh pula menjelaskannya dengan kata-kata.⁵⁷

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di jl. Soekarno-Hatta No. 109, Sidomulyo Barat, Kecamatan Tampan, Kota pekanbaru, Riau 28294. Yang memiliki manajemen marketing tersendiri dalam menyelenggarakan ibadah umroh dikota pekanbaru.

C. Sumber Data Primer

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang pertama. Dari subjek atau objek penelitianlah data langsung diambil.⁵⁸ Perolehan sumber data Primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Pada penelitian ini langsung didapat dari wawancara peneliti kepada informan penelitian agar perolehan data sesuai dengan fakta yang sebenarnya terjadi dilapangan.

⁵⁶ Albi Anggito dan Johan setiawan, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, (Jawa Barat: CV Jejak, 2018). 7.

⁵⁷ Husaini Usman dan Purnomo Setyadi Akbar, “*Metodologi Penelitian Sosial*”, Op., Cit. 188.

⁵⁸ Johny Dimiyati, “*Metodologi Penelitian dan Aplikasinya Pada Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD)*”, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013). 39.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. Sumber Data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data pelengkap. Sumber data sekunder bisa diambil dari pihak mana saja yang bisa memberikan tambahan data, guna melengkapi kekurangan dari data yang diperoleh dari sumber data primer.⁵⁹

D. Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan subjek atau pelaku untuk mendapatkan data, guna mendapatkan informasi dari sebuah penelitian yang mengalami dan mengakomodir manajemen marketing di PT Penjuru Wisata Negeri. Informasi penelitian berupa tanya jawab antara informan dan peneliti. Adapun yang menjadi subjek penelitian (informan penelitian) ini sebanyak 4 orang yaitu, kepala bagian umroh PT Penjuru Wisata Negeri, staff keuangan PT Penjuru Wisata Negeri, manajer visa PT Penjuru Wisata Negeri, dan 1 orang jama'ah yang pernah berangkat umroh menggunakan jasa PT Penjuru Wisata Negeri.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data pada penelitian ini hanya menggunakan satu teknik, yaitu dengan wawancara.

1. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung dan tidak langsung antara peneliti dan responden untuk mendapatkan sebuah data.⁶⁰ Tentunya untuk mendapatkan sebuah informasi, peneliti menyiapkan beberapa pertanyaan kepada informan penelitian untuk dijawab oleh informan dan dijadikan sebagai bahan kemudian dimasukkan kedalam riset ini, meskipun ketika pertanyaan diajukan informan berhak untuk tidak menjawab pertanyaan yang diberikan oleh peneliti.

Didalam wawancara tidak hanya mendapatkan informasi dan ide dari sebuah penelitian, tetapi didalam wawancara kita bisa

⁵⁹ Ibid. 40.

⁶⁰ W. Gulo, "Metodologi Penelitian" (Jakarta: PT. Gramedia, 2004). 119.

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.

mengetahui tanggapan dan ekspresi dari informan, marah, senyum, senang, dan respon yang dialami oleh informan bisa dilihat langsung pada saat wawancara.

Shaughnessy dan Zhechmeister mengatakan bahwa penggunaan teknik wawancara mengandung sejumlah keuntungan. Salah satunya adalah memungkinkan orang yang diwawancarai untuk memberikan respon yang tepat terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara. Hal tersebut dikarenakan orang yang diwawancarai memiliki kesempatan bertanya kepada pewawancara jika tidak memahami maksud dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.⁶¹

Ada dua jenis wawancara yang yang biasa diketahui yaitu wawancara terpimpin dan wawancara tidak terpimpin, berikut merupakan penjabaran wawancara terpimpin dan wawancara tidak terpimpin :

a. Wawancara Terpimpin

Wawancara terpimpin yaitu wawancara yang menggunakan persiapan suatu daftar pertanyaan yang didasarkan pada analisis suatu spesifikasi pekerjaan. Wawancara menggunakan metode ini sangat membantu untuk pewawancara yang belum terlatih.

b. Wawancara tidak terpimpin

Wawancara tidak terpimpin yaitu wawancara yang dilakukan tidak terencana dan yang diwawancarai melakukan sebagian besar pembicaraan, Yang diwawancarai akan lebih banyak mengungkapkan keluhan dan masalahnya. Wawancara cara ini digunakan digunakan pada penyuluhan, pemrosesan

⁶¹ Fadhallah, "wawancara", (Jakarta Timur: UNJ Press, 2021), 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.

keluhan, dan wawancara pada saat karyawan ingin mengundurkan diri (*exit interview*).⁶²

Dibawah ini penulis lampirkan indikator variabel dalam penelitian ini :

Tabel 3.1
Indikator Variabel

No	Indikator	Pertanyaan
1	Orientasi Pada Konsumen	a. Pengenalan hal baru kepada jama'ah haji dan umroh selama pandemi
		b. Orientasi dilakukan sebagai upaya menjaga kesehatan jama'ah dimasa pandemi
		c. Orientasi edukasi kesehatan kepada jama'ah
2	Perencanaan Kegiatan Marketing Secara Menyeluruh	a. Melakukan Inovasi dan Meningkatkan Marketing Sistem Online
		b. Masyarakat Tetap Menggunakan Jasa PT Penjuru Wisata Negeri dan Tetap Optimis Bisa ke Tanah Suci di Masa Pandemi
		c. Sistem Marketing Online Dengan Tidak Meninggalkan Sistem Marketing Konvensional
		d. Awal Pandemi Sebagai Awal Perencanaan Marketing
		e. Kantor Pusat Sebagai Lokasi Perencanaan Marketing
		f. Direksi dan Staff Sebagai Pelaku Yang Terlibat Dalam Perencanaan Marketing
3	Kepuasan Konsumen	a. Memberikan Pelayanan Yang Baik pada Saat Keberangkatan Sampai Pemulangan Jama'ah
		b. Pelayanan Yang Baik Dan

⁶² Justine T Sirait, Memahami Aspek Aspek Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi, (tt, Gramedia Widiasarana Indonesia, tth), 66.

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	Harga Yang Baik
	c. Perhatian Yang Lebih Yang diberikan Terhadap Jama'ah
	d. Kepuasan dirasakan Jama'ah Ketika Sebelum Berangkat ke Tanah Suci Sampai Pulang ke Tanah Air
	e. Letak Kepuasan Yang dirasakan Jama'ah
	f. Jama'ah Umroh Yang Menggunakan Jasa PT Penjuru Wisata Negeri Puas Terhadap Pelayanan Yang diberikan

F. Validitas Data

Validitas data atau keabsahan data merupakan kebenaran dari sebuah proses penelitian. Validitas data dipertanggung jawabkan untuk dijadikan sebagai dasar yang kuat maupun dalam menarik kesimpulan.⁶³ Strategi dalam meningkatkan validitas data meliputi triangulasi metode, triangulasi antar peneliti, triangulasi sumber data, dan triangulasi teori.

a. Triangulasi metode

Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda, dalam hal ini peneliti menggunakan metode wawancara untuk memperoleh kebenaran informasi, dan atau menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran sebuah informasi tersebut.

b. Triangulasi antar peneliti

Triangulasi antar peneliti ini dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam tahapan pengumpulan data untuk memperbanyak pengumpulan data untuk memperbanyak informasi dan khazanah keilmuan, akan

⁶³ Hartati, Dkk. *Jurnal Pendidikan Djiwa Utama forum komunikasi Pengembangan Profesi Pendidik Kota Surakarta*, (Surakarta : Djiwa Utama, 2008), 83.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

tetapi peneliti tersebut haruslah berpengalaman yang memiliki kepentingan dan tujuan yang sama.

c. Triangulasi sumber data

Triangulasi sumber data yaitu menggali sumber data dengan menambahkan data melalui buku atau atau dokumen tertulis, atau bahkan foto bisa dijadikan sebagai bukti data yang berbeda. Sehingga nantinya data penelitian akan memberikan gambaran yang berbeda dari fenomena yang diteliti

d. Dan triangulasi teori

Triangulasi teori merupakan bagian akhir, yaitu sebuah informasi yang sudah didapatkan akan dibandingkan dengan teori yang relevan untuk dapat menghindari bias individual atas temuan atau kesimpulan yang telah dihasilkan. Ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peneliti dengan menggali pengetahuana teoritik secara mendalam dari hasil analisa data yang telah diperoleh.⁶⁴

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bermaksud untuk menganalisis dan menganalisa data yang telah terkumpul dalam penelitian ini. Setelah data dari lapangan terkumpul dan disusun secara sistematis dan rapi, maka langkah selanjutnya adalah penulis akan menganalisis data tersebut.⁶⁵ Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara memanagerial data kedalam suatu kategori, menjabarkan ke unit-unit, melakukan sistesis, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang

⁶⁴ Siti Kalimah, Nur Fadilah. *Marketing Syari'ah Hubungan antara agama dan ekonomi*, (Banyuwangi : LPPM Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng Banyuwangi, 2017), 70-71.

⁶⁵ M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2007) 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.

lain.⁶⁶ Penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan dan memaparkan kejadian-kejadian dengan kata-kata atau kalimat, kemudian data tersebut dianalisis dan dianalisa untuk memperoleh kesimpulan.

Teknik analisis data pada penelitian ini diantaranya yaitu :

a. Reduksi Data

Mereduksi data atau merangkum, memilih hal-hal yang pokok, fokus hanya kepada hal-hal yang penting, kemudian dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Reduksi data juga bisa dilakukan dengan melakukan abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan yang dianggap perlu sehingga tetap berada dalam data penelitian.

b. Penyajian Data

Menurut Miles dan Huberman bahwa: penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Langkah ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan karna data-data yang diperoleh selama penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya.

c. Kesimpulan atau Verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dari proses analisa data, pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah didapat. Kegiatan ini bermaksud untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari persamaan, hubungan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan cara membandingkan kesesuaian dengan

⁶⁶ Suharsimi dan Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006, hlm. 59

pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung didalam konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.

Tahapan-tahapan diatas terutama pada penyajian data dan reduksi, tidak selalu terjadi secara beriringan. Akan tetapi boleh jadi setelah dilakukan penyajian data juga membutuhkan reduksi data lagi sebelum ditarik menjadi sebuah kesimpulan.⁶⁷ Sehingga diharapkan dengan metode ini penulis dapat mendeskripsikan bagaimana manajemen marketing paket umroh PT. Penjuru Wisata Negeri di era pandemi.

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.

⁶⁷ Sandu Siyoto, M Ali Sodiq. *Dasar Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015), 122-124.

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 PT. PENJURU WISATA NEGERI

A. Sejarah PT. Penjuru Wisata Negeri

PT. Penjuru Wisata Negeri bermula pada tanggal Oktober 2010, didirikan oleh dua orang bersahabat yaitu Rizki Kurniawan N dan Nasution, yang pertama kali bertemu di bangku kuliah pada tahun 2005. Awal mula pendirian perusahaan ini bertujuan untuk mempermudah masyarakat Sumatera Barat khususnya Kota Padang untuk membeli tiket pesawat dengan harga yang terjangkau.

Namun, seiring dengan tumbuh dan berkembangnya dunia pariwisata Indonesia, khususnya pariwisata Sumatera Barat, yang diikuti dengan tingginya keinginan masyarakat untuk berwisata setiap tahunnya, maka AET Travel juga merambah dunia tour, baik menyelenggarakan *tour* domestik maupun *tour* internasional.

Namun, karna meningkatnya angka jamaah umroh di Indonesia beberapa tahun terakhir, membuat perusahaan ini akhirnya menambah produk jasa ke penyelenggaraan umrah. Meski tergolong baru, namun PT Penjuru Wisata Negeri berkomitmen menjadi biro penyelenggara umrah terpercaya dengan mengutamakan pelayanan prima. Yang mana umrah menjadi produk unggulan kami. Dan lewat produk umrah pula, PT Penjuru Wisata Negeri bisa memberangkatkan ribuan jamaah setiap tahunnya hingga saat ini. Sekaligus mendongkrak agar nama PT Penjuru Wisata

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.

Negeri di mata masyarakat bisa menjadi primadona, khususnya di Sumatera Barat sebagai perusahaan penyelenggara umrah terpercaya.

PT Penjuru Wisata Negeri Membuka Cabang di pekanbaru mulai pada tahun 2016 dengan izin umroh No. 382 Tahun 2016. PT. Penjuru Wisata Negeri beralamat Jl. Soekarno Hatta (Arengka 1) Depan Indo Grosir, Kec. Marpoyan Damai, Pekanbaru-Riau-Indonesia.⁶⁸

B. Visi dan Misi PT. Penjuru Wisata Negeri

Prinsip penyelenggaraan umrah PT Penjuru Wisata Negeri selalu mengedepankan keamanan, kepastian, dan kenyamanan keberangkatan dan penyelenggaraan ibadah umrah jamaah. Keamanan PT Penjuru Wisata Negeri artikan amanah dalam mengelola keuangan perusahaan atau amanah dalam mengelola pembayaran dana/biaya umroh jamaah. Perusahaan hanya meminta uang muka kepada jamaah dan meminta pelunasan 45 hari sebelum keberangkatan. PT Penjuru Wisata Negeri tidak pernah membuat program umroh berjangka 1 atau 2 tahun dan meminta pelunasan jauh-jauh hari sebelum keberangkatan.

Kepastian PT Penjuru Wisata Negeri defenisikan dengan keakuratan/ketepatan jadwal keberangkatan dengan perencanaan. Perusahaan berusaha sekuat tenaga untuk tidak pernah mengubah jadwal keberangkatan yang telah dipilih jamaah. Adapun kenyamanan adalah kata yang mewakili keinginan PT Penjuru Wisata Negeri untuk selalu memberikan fasilitas dan pelayanan melebihi keinginan/harapan calon jamaah umroh.

⁶⁸ <https://aet.co.id/tentang-kami/> (diakses pada tanggal 22 Maret 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.

Adapun yang menjadi visi dan misi PT Penjuru Wisata Negeri adalah sebagai berikut :

1. Visi

Menjadi Biro Perjalanan Wisata dan Penyelenggara Umrah yang Amanah dan Profesional, dengan Jaringan Pemasaran Terluas di Indonesia.

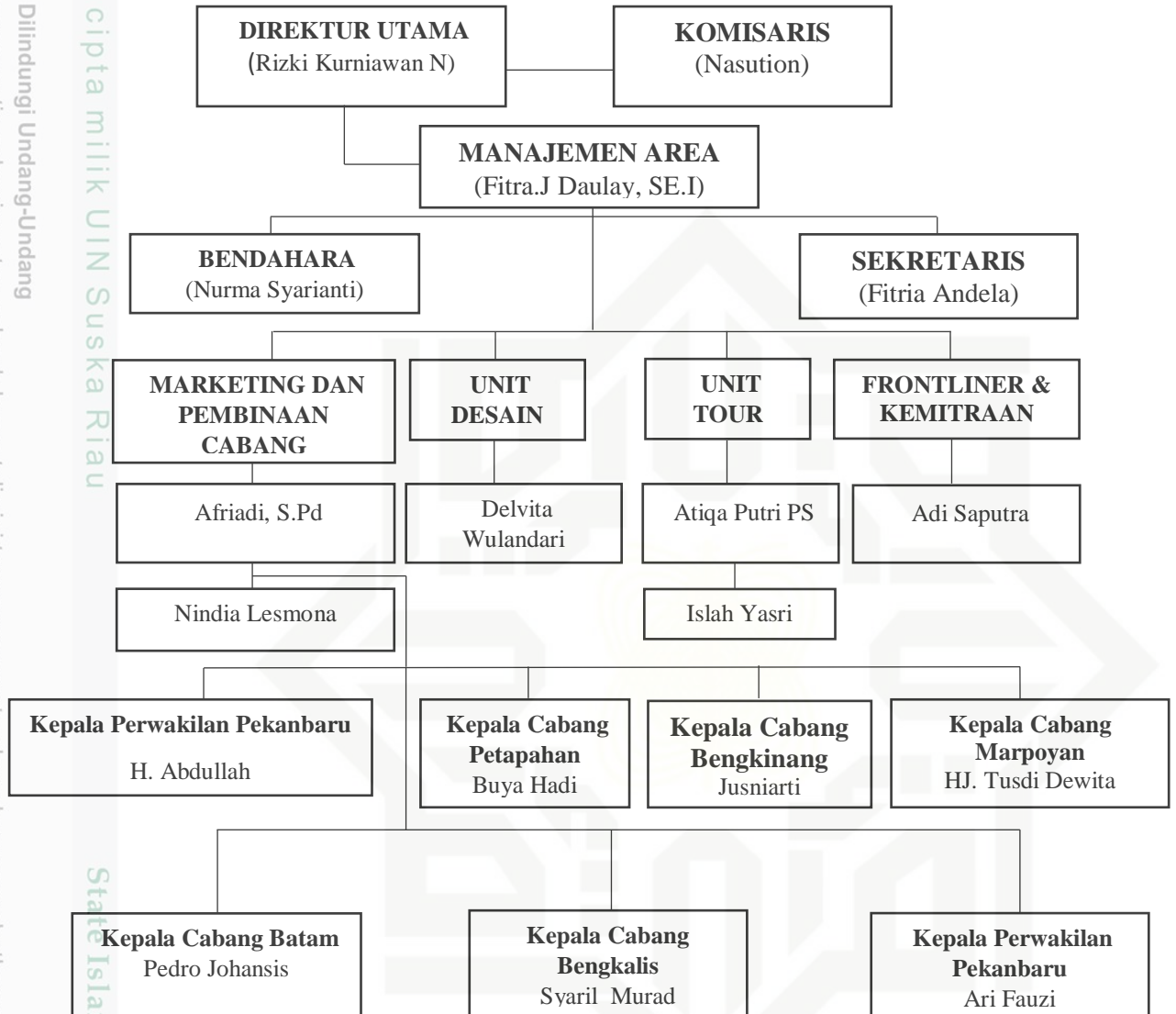
2. Misi

- a. Memastikan dan terus meningkatkan standar pelayanan
- b. Selalu mengedepankan inovasi dalam produk dan pemasaran
- c. Memberikan jaminan keamanan dan kepastian keberangkatan kepada calon jamaah umrah
- d. Menanamkan dan mengimplementasikan nilai-nilai dakwah dalam setiap aktivitas perusahaan.

C. Struktur PT Penjuru Wisata Negeri

PT Penjuru Wisata Negeri memiliki struktur organisasi yang bertujuan agar mempermudah pengelolaan kantor PT Penjuru Wisata Negeri, berikut merupakan struktur PT Penjuru Wisata Negeri :

Struktur PT Penjuru Wisata Negeri



Gambar 4.1 Struktur PT Penjuru Wisata Negeri

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

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. Program PT Penjuru Wisata Negeri

Program yang ditawarkan oleh PT Penjuru Wisata Negeri pada musim umroh tahun 1441-1442 adalah :

1. Program Paket Super Hemat 12 Hari

Maskapai : Scoot

Hotel Makkah : Al Raya Grand***/Setaraf

Hotel Madinah : Jawharat Fayrous /Setaraf

Perlengkapan : Koper Besar, Tas Passport, Mukena (Perempuan), Kain

Ihram (Laki-Laki), Syal, Dasar Batik, Buku Panduan.

Petugas : 1 Petugas

Biaya : IDR 23 Jt + Biaya Asuransi (750.000,-)

2. Program Paket Umrah Hemat 12 Hari

Maskapai : Scoot

Hotel Makkah : Al Raya Grand***/Setaraf

Hotel Madinah : Jawharat Fayrous /Setaraf

Perlengkapan : Koper Besar, Tas Passport, Mukena (Perempuan), Kain

Ihram (Laki-Laki), Syal, Dasar Batik, Buku Panduan.

Petugas : 2 Orang

Biaya : IDR 23.5Jt + Biaya Asuransi (750.000,-)

3. Program Paket Umrah Hebat 12 Hari

Maskapai : Scoot

Hotel Makkah : Elaf mashaer (5) / Setaraf

Hotel Madinah : Gloria (4) / Setaraf

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.

Perlengkapan : Koper Besar, Tas Passport, Mukena (Perempuan), Kain Ihram (Laki-Laki), Syal, Dasar Batik, Buku Panduan.

Petugas : 2 Orang

Biaya : IDR 24.8 Jt + Biaya Asuransi (750.000,-)

4. Paket Umrah Plus Mesir 12/13 Hari (4 Hari 3 Malam di Mesir)

Maskapai : SV

Hotel Makkah : Al Raya Grand (3) / Setaraf

Hotel Madinah : Jawharat Fayrous (3) / Setaraf

Perlengkapan : Koper Besar, Tas Passport, Mukena (Perempuan), Kain Ihram (Laki-Laki), Syal, Dasar Batik, Buku Panduan.

Petugas : 2 Orang

Biaya : IDR 29 Jt + Biaya Asuransi (750.000,-)

E. Keunggulan PT Penjuru Wisata Negeri

Adapun keunggulan yang dimiliki oleh PT Penjuru Wisata Negeri adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan berizin resmi kementerian agama Republik Indonesia
2. Perusahaan adalah member dari ASITA, IATA, AMPHURI dan PATUHI
3. Sistem penyelenggaraan umroh yang insha Allah aman dan pasti
4. Modal kecil dengan sistem pembinaan
5. BEP (kembali modal) Insha Allah 3-12 bulan

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 VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh serta hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dilakukan oleh PT Penjuru Wisata Negeri dalam mengatur marketing paket umroh di era pandemi adalah :

1. PT Penjuru Wisata Negeri lebih meningkatkan pemasaran online. selain dari media sosial yang ada, pihak perusahaan juga merekrut mitra baru untuk dijadikan perwakilan-perwakilan untuk menyiarkan umroh via online yang telah dibekali oleh pihak perusahaan untuk memasarkan paket umroh.
2. Perusahaan membuat peraturan baru terkait pembayaran uang muka DP, dinamakan program DP suka suka, mekanismenya jamaah bisa mendaftar dengan DP kecil atau tanpa DP sama sekali tetapi persyaratannya diserahkan ke perusahaan seperti: foto copy kartu tanda penduduk, pasport dan lain-lain untuk menarik jama'ah mendaftar umroh di PT Penjuru Wisata Negeri.
3. Dilakukan orientasi kepada jama'ah umroh, selain dari terhindar dari bahayanya virus *Covid-19*, agar jama'ah tidak terjebak dalam antrian panjang dikarenakan adanya *waiting list* untuk berangkat ke tanah suci.
4. Ketika ibadah umroh di buka untuk umum, jama'ah tetap memilih PT Penjuru Wisata Negeri sebagai perusahaan penyalur umroh, dengan begitu jama'ah yang akan berangkat ibadah umroh ke tanah suci merasa percaya diri bahwa mereka bisa 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.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas yang dapat dikemukakan beberapa saran dibawah ini :

1. Bagi Perusahaan

Perlu ditingkatkan lagi aktifitas marketing baik offline ataupun online agar masyarakat lebih banyak mengetahui informasi tentang PT Penjuru Wisata negeri masih melakukan aktifitas pendaftaran jama'ah umroh.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memberikan informasi bahwa manajemen marketing haji dan umroh PT Penjuru Wisata Negeri dikategorikan baik. Untuk itu perlu adanya penelitian lebih lanjut yang hendaknya menggunakan populasi dan sampel penelitian yang berbeda dan lebih luas sehingga manajemen marketing dapat diketahui lebih luas.



DAFTAR PUSTAKA

- Andi, Wibowo Radna. *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Semarang University, 2020.
- Al-Qur'an dan Terjemahan bahasa indonesia*. Jakarta: Pustaka Al-Hanan, 2009.
- Astuti, Miguna, dan, Amanda, Rizkit Agni. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Anggito, Albi, dan, Setiawan, Johan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak, 2018.
- Ais, Rohadatul. *Komunikasi Efektif dimasa Pandemi Covid-19 (Pencegahan Penyebaran Covid-19 di Era 4.0)*. Banten : Makmood Publishing, 2020.
- Baroroh, Ali. *Analisis Statistik Dengan SPSS15*. Jakarta : PT. Elex Media Koputindo, 2008.
- Basri, Helmi. *Fiqih Ibadah Panduan Ibadah Seorang Muslim*. Pekanbaru: Suska Press, 2010.
- Bungin, Burhan M. *Penelitian Kualitatif: “ Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya ”*. Jakarta : Prenada Media Group, 2007.
- Dimiyati, Johny. *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya Pada Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD)*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013.
- Efendi, Ferry Makhfudli. *Keperawatan Kesehatan Komunitas Teori dan Praktik Dalam Keperawatan, Jakarta : Salemba Medika, 2009.*
- Foster, Bob, dan Sidharta, Iwan. *Dasar-Dasar Manajemen*. Yoyakarta : Diandara Kreatif, 2019.
- Firmansyah, Anang. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan: Qiara Media, 2019.
- Fachallah. *Wawancara*. Jakarta Timur: UNJ Press, 2021.
- Firmanzah. *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realistis*. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2008.
- Gulo, W. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Gramedia, 2004.
- Hasibuan, Malayu s. p. *Manajemen Sumber Daya Manusia Dasar dan Kunci Keberhasilan*. Jakarta: CV Haji Masagung, 1991.
- Herujito, M Yayat. *Dasar-Dasar Manajemen*. Grasindo Gramedia Widya Sarana Indonesia, 2001.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Kalimah, Siti dan Fadilah, Nur. “ *Marketing Syari’ah Hubungan antara agama dan ekonomi*”. Banyuwangi : LPPM Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng Banyuwangi, 2017.
- Nurdiansyah, Haris, dan Rahman, Saepul Robbi. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2019.
- Naim, Rezky, muh, dan Asma. *Pengantar Manajemen*. Qiara Media, 2019.
- Nuaralam, Perwangsa Inggang. *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syari’ah*. Malang: UB Press, 2017.
- RY, Noordiana Novy dan Rupilu, Wilsna. *Buku Ajar Manajemen UMKM Bagi Wanita*. Jawa Timur: CV Pustaka Abadi, 2019.
- Riyai, Zainal Veithzal, Dkk. *Islamic Marketing Management (Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah ke pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw)*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2018.
- Riadini, Beti, Bari Abdul. *Perencanaan Sukses Urgensi, Model, dan Implementasi*, Sleman : Deepublish, 2018.
- Rizal, Achmad. *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat 4.0*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Rumengan, Jemmy, dan, Idham. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Cita Pustaka Media, 2015.
- Syafira, Akmalia, Dewi. *Strategi pemasaran produk biro perjalanan haji dan umroh Sultan Agung Tour dan Travel*. Undergraduate, UIN Walisongo.
- Siagian, P Sondang. *manajemen Strategik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang : UB Press, 2011.
- Saleh, Yusuf Muhammad, dan Said, Miah. *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Makassar: CV Sah Media, 2019.
- Suharsimi, dan, Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Syaikh Al-Faifi, Yahya Ahmad Sulaiman. *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*, Jakarta Timur: Pustaka Al-kautsar, 2009.
- Seran, Sirilius. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*. Sleman: Deepublish, 2020.
- Santoso, Singgih. *Menggunakan SPSS dan Excel Untuk Mengukur Sikap dan Kepuasan Konsumen*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2005.
- Siyoto Sandu, Sodik M Ali. *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

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.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.

Tinambun, Megah. *Panduan Praktis Haji dan Umroh Plus Do'a dan Zikir Lengkap*, Yogyakarta: Cheklist, 2019.

Usman, Husaini, dan, Akbar, Setyadi, Purnomo. *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017.

Wijayanto, Dian. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.

Zainal, Rivai Veithzal, Dkk. “ *Islamic Marketing Management (Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah ke pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw)*”. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2018.

Zulkifli. *Rambu-Rambu Fiqh Ibadah: “ mengharmoniskan hubungan vertikal dan horizontal”*. Yogyakarta: Kalimedia, 2016.

Hartati, Dkk, *Jurnal Pendidikan Djiwa Utama forum komunikasi Pengembangan Profesi Pendidik Kota Surakarta*. Surakarta: Djiwa Utama, 2008.



TRANSKRIP WAWANCARA

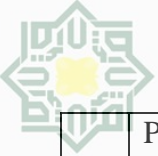
Nama Informan : Bapak Rahmad Ramadhan
 Tanggal : 24 November 2020
 Jam : 09.05-09.15 WIB
 Disusun Jam : 10.00-11.00 WIB
 Tempat Wawancara : Personal Chat Whatsapp

No	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1.	apa yang dilakukan PT Penjuru Wisata Negeri dalam mengorientasi konsumen atau pengenalan hal baru kepada jama'ah umroh selama pandemi?	Perusahaan membuat peraturan baru terkait pembayaran uang muka DP, dinamakan program DP suka suka, mekanismenya jamaah bisa mendaftar dengan DP kecil atau tanpa DP sama sekali tetapi persyaratannya diserahkan ke perusahaan seperti: foto copy kartu tanda penduduk, pasport dan lain-lain.
2.	mengapa perlunya dilakukan orientasi atau pengenalan hal baru kepada jama'ah sebelum berangkat ke tanah suci ?	mengedukasi masyarakat luas yang sudah rindu ke baitullah bahwa umrah akan segera dibuka, dan sosialisasi tentang akan adanya antrian dalam pemberangkatan jamaah umrah, untuk menghindari hal tersebut maka segeralah mendaftar agar tidak terjebak antrian waiting list yang lama untuk dapat jatah berangkat
3.	Apa yang dilakukan oleh PT Penjuru Wisata Negeri dalam merencanakan kegiatan pemasaran di era pandemi ?	Pemasaran dimasa pandemi ini perusahaan lebih mengedepankan pemasaran via online sosmed, web, youtube. Kemudian perusahaan membuat terobosan untuk merekrut perwakilan-perwakilan baru (agen penyiar umrah) via online , nantinya akan di coaching dan edukasi dalam kelas online via zoom, setelah mereka paham dan bergabung menjadi penyiar umrah mereka dibekali desain-desain landing page nya sehingga mereka percaya diri dalam memasarkan atau mengajak masyarakat ke baitullah
4.	Apa yang dilakukan oleh	Perusahaan mengedukasi kembali jamaah yang tertunda

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

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



<p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <p>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.</p>	<p>PT Penjuru Wisata Negeri dalam meningkatkan kepuasan jama'ah umroh ?</p>	<p>berangkatnya kemarin, kita infokan bahwa umroh akan segera dibuka dengan berbagai bukti untuk meyakinkan dan menenangkan calon jamaah yang sudah mendaftar maupun yang akan mendaftar.</p>
<p>5.</p>	<p>Bagaimana cara PT Penjuru Wisata Negeri memuaskan jama'ah umroh sehingga menyenangkan jama'ah nya dengan travel yang mereka miliki ?</p>	<p>Mengadakan manasik online untuk jamaah yg sudah mendaftar maupun yang akan mendaftar (agar lebih yakin) sembari mempersiapkan segala sesuatunya ,bekal calon jamaah yang akan berangkat umrah.</p>

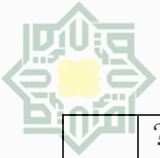


TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Informan : Rahmad Rifaldi
 Tanggal : 31 Desember 2020
 Jam : 16.39-16.59 WIB
 Disusun Jam : 20.00-21.00 WIB
 Tempat Wawancara : Personal Chat Whatsapp

No	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1.	Apa yang dilakukan PT Penjuru Wisata Negeri dalam mengorientasi konsumen atau pengenalan hal baru kepada jama'ah umroh selama pandemi?	Pengenalan hal baru yang di lakukan Oleh PT. Penjuru Wisata Negeri adalah mengedukasi jemaah Haji dan umrah tentang situasi dan hal yang dilakukan ketika masa pandemi disaat akan melaksanakan ibadah haji dan umrah di saat Manasik Online
2.	Mengapa perlunya dilakukan orientasi atau pengenalan hal baru kepada jama'ah sebelum berangkat ke tanah suci ?	Mengenalkan serta mengedukasi tentang Protokol kesehatan tentunya penting dilakukan karena berkaitan dengan kesehatan dan keselamatan Jemaah haji dan umrah dari wabah penyakit Covid-19
3.	Bagaimana siasat yang dilakukan oleh PT Penjuru Wisata Negeri agar orientasi mengenai umroh selama pandemi bisa dimengerti oleh jama'ah dengan baik ?	Hal ini juga kita akan melakukan edukasi dengan menghadirkan salah seorang Dokter dari Rumah sakit yang bekerja sama dengan perusahaan seperti Eka Hospital agar Jemaah lebih mengerti Protokol kesehatan dalam pelaksanaan Haji dan umrah nantinya
4.	apa yang dilakukan oleh PT Penjuru Wisata Negeri dalam merencanakan kegiatan pemasaran di era pandemi	Dalam kegiatan pemasaran kita berusaha untuk menciptakan Inovasi Inovasi baru sehingga calon menimbulkan ketertarikan serta kepercayaan calon jemaah kepada perusahaan. Hal yang dilakukan adalah DP Suka suka, Daftar tanpa DP perlengkapan bawa

Hak Cipta dilindungi undang-undang
 1. Dilarang menjiplak atau menyalin seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk keperluan 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.



<p>?</p>	<p>pulang Menciptakan sebuah Aplikasi AET Telekomunika umrah yang mana jemaah bisa mendaftar nantinya melalui aplikasi tersebut yang telah terhubung ke perusahaan. Dan hal ini Alhamdulillah sudah mulai jalan di Sumatra Barat</p>
<p>5. Mengapa dilakukan kegiatan pemasaran di era pandemi ?</p>	<p>Hal ini dilakukan agar jemaah tetap bisa optimis bisa berangkat ke tanah suci dan kita sebagai Perusahaan Resmi yang bergerak di bidang perjalanan Haji dan umroh senantiasa selalu memberikan edukasi berkenaan update keadaan di Saudi, serta berusaha untuk tetap terhubung dengan rekanan di saudi sehingga jemaah tetap bisa mendaftar ke perusahaan dengan rasa percaya diri</p>
<p>6. Bagaimana perencanaan marketing yang dilakukan oleh PT Penjuru Wisata Negeri pada situasi pandemi ?</p>	<p>Perencanaan Marketing semasa pandemi perusahaan lebih banyak Online dengan cara menyebarkan Quotes setiap harinya melalui media sosial sehingga brand Perusahaan akan selalu di ingat oleh masyarakat luas. Selain itu perusahaan juga terus bergerak melalui perwakilan perwakilan kita yang ada di setiap daerah untuk tetap mengenalkan perusahaan kepada masyarakat agar bisa melaksanakan umroh.</p>

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.



TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Informan : Ibu Weni
 Tanggal : 31 Desember 2021
 Jam : 11.29-12.32 WIB
 Disusun Jam : 13.00-13.30 WIB
 Tempat Wawancara : Personal Chat Whatsapp

No	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1.	Apakah yang dilakukan oleh PT Penjuru Wisata Negeri dalam merencanakan kegiatan pemasaran di era pandemi ?	Pemasaran online, atau lebih tepatnya lebih meningkatkan dalam pemasaran online
2.	Mengapa dilakukan kegiatan pemasaran di era pandemi ?	Supaya ingatan umrah dengan AET travel tetap di ingat oleh masyarakat, dan setelah pandemi masyarakat tetap memilih AET untuk penyalur umrah
3.	Bagaimana perencanaan marketing yang dilakukan oleh PT Penjuru Wisata Negeri pada situasi pandemi ?	Mencari tempat- tempat promosi umroh di daerah-daerah
4.	Kapan waktu perencanaan marketing dilakukan ?	Diawal pandemi
5.	Dimanakah kegiatan perencanaan marketing dilakukan ?	Dikantor pusat
6.	Siapa saja yang ikut merencanakan ?	Direksi dan staff

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang menjiplak atau menyalin seluruhnya atau sebagian dari karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

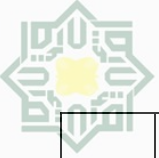


TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Informan : Bapak Defri
 Tanggal : 02 Januari 2021
 Jam : 13.55-14.00 WIB
 Disusun Jam : 20.00-21.00 WIB
 Tempat Wawancara : Personal Chat Whatsapp

No	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1.	Apa yang dilakukan oleh PT Penjuru Wisata Negeri dalam meningkatkan kepuasan jama'ah umroh ?	PT Penjuru Wisata Negeri memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik pada saat sebelum keberangkatan maupun sesudah keberangkatan dan memberikan kepastian keberangkatan
2.	Mengapa jama'ah umroh mesti puas dengan PT Penjuru Wisata Negeri ?	Jama'ah puas karena pelayanan yang sangat baik kepastian waktu keberangkatan dan harga yang baik
3.	Bagaimana cara PT Penjuru Wisata Negeri memuaskan jama'ah umroh sehingga menyenangkan jama'ah nya dengan travel yang mereka miliki ?	Cara yang dilakukan travel umroh kepada saya dan jama'ah sehingga kami merasa puas adalah pihak travel memberikan kami pelayanan yang sangat baik. baik pada saat pelayanan pendaftaran, manasik haji yang sangat baik saat teori dan praktek sampai saya dan jama'ah melakukan umroh di bimbing dengan sangat baik dan memberikan perhatian yg sangat baik sekali sampai saya dan jama'ah pulang kembali di tanah air. Setelah kembali ke rumah masing-masing, para pihak travel melakukan kunjungan rumah kerumah untuk silaturahmi. Hal inilah yang membuat kami merasa puas kepada pihak travel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip, sebahagian 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.



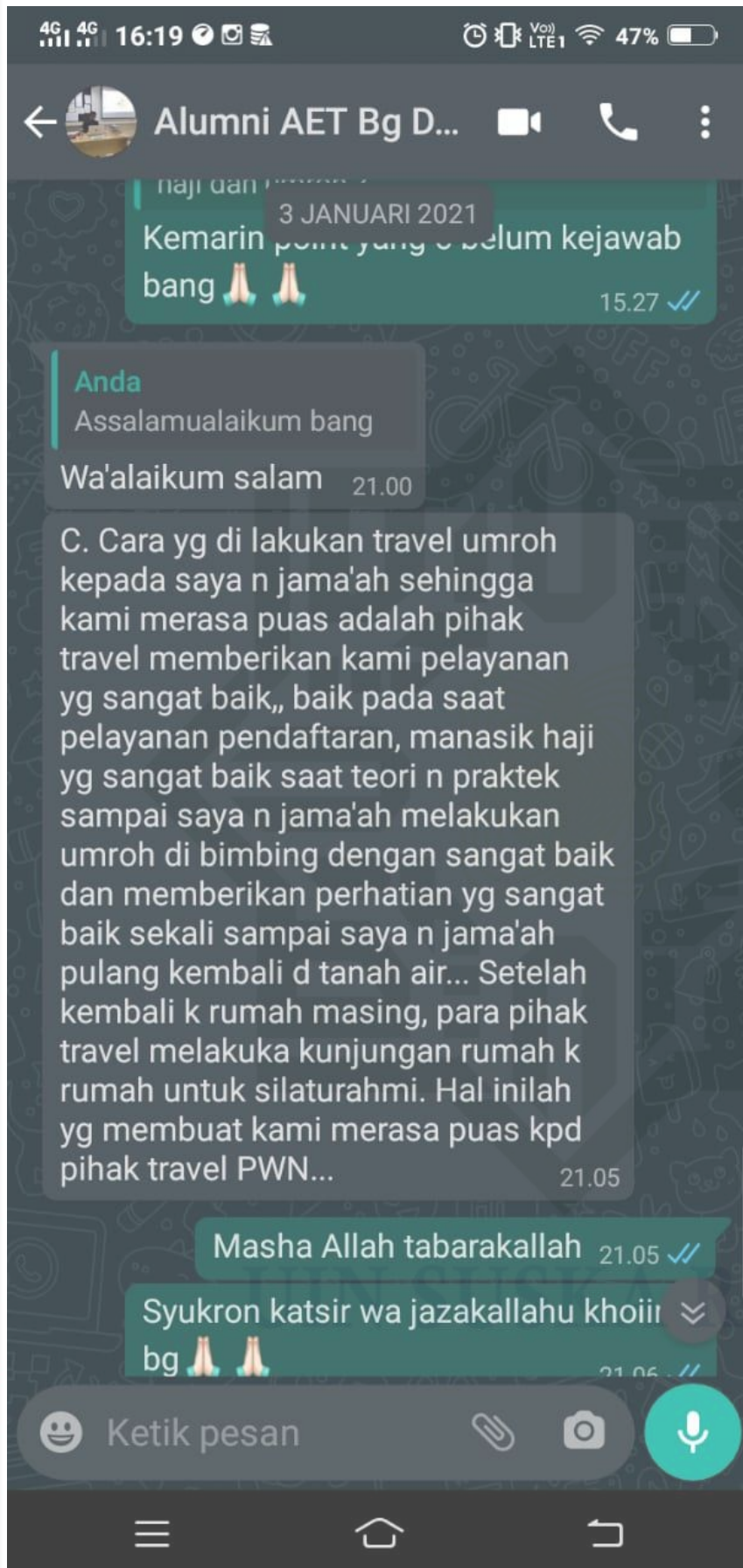
		Penjuru Wisata Negeri
4.	Kapan jama'ah umroh merasa puas dengan PT Penjuru Wisata Negeri ?	Pada saat sebelum keberangkatan sampai sesudah pelaksanaan umroh
5.	Dimanakah perasaan puas itu di rasakan oleh jama'ah umroh ?	Pelayanan
6.	Siapa saja yang merasakan kepuasan terhadap PT Penjuru Wisata Negeri ?	Semua jamaah umroh

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

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

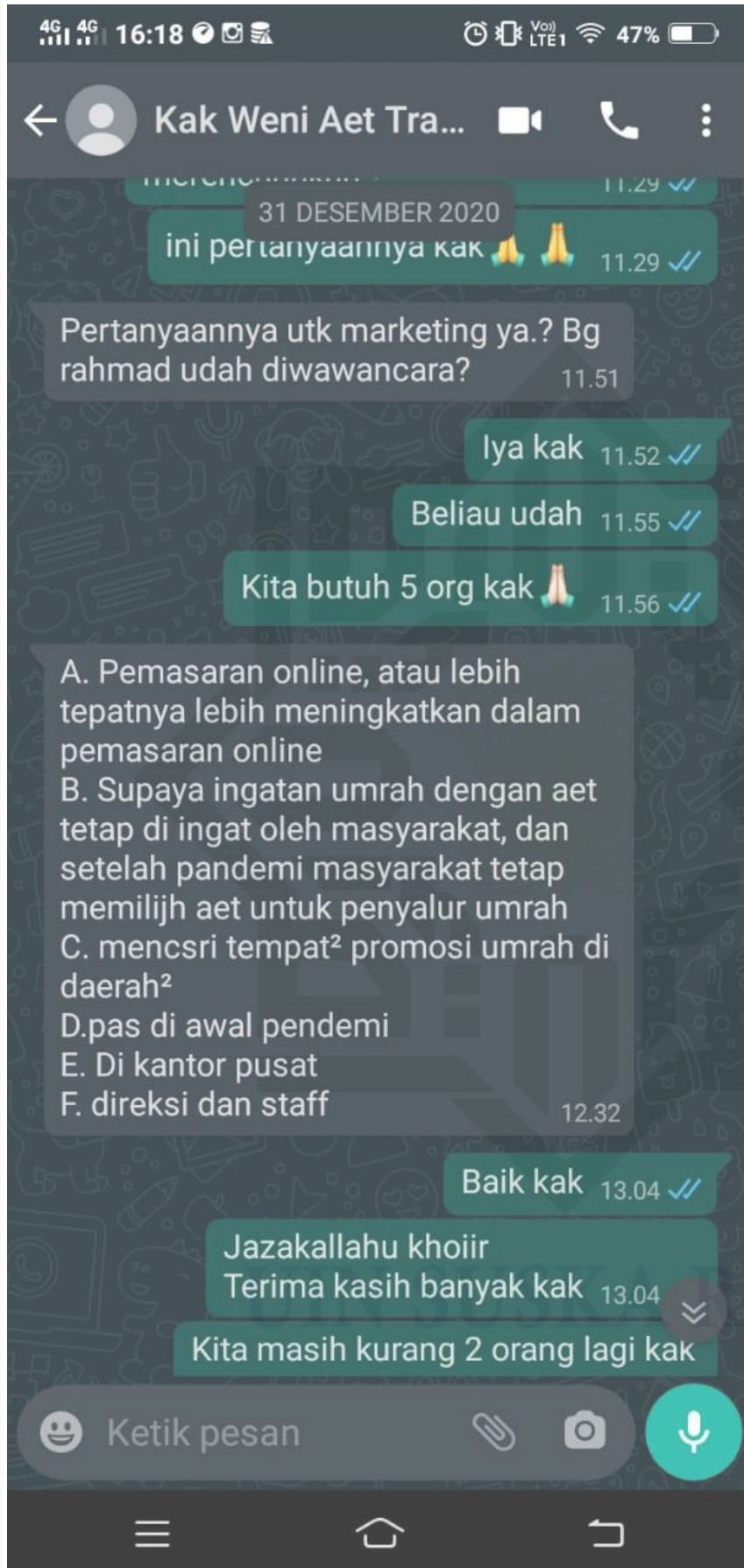
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



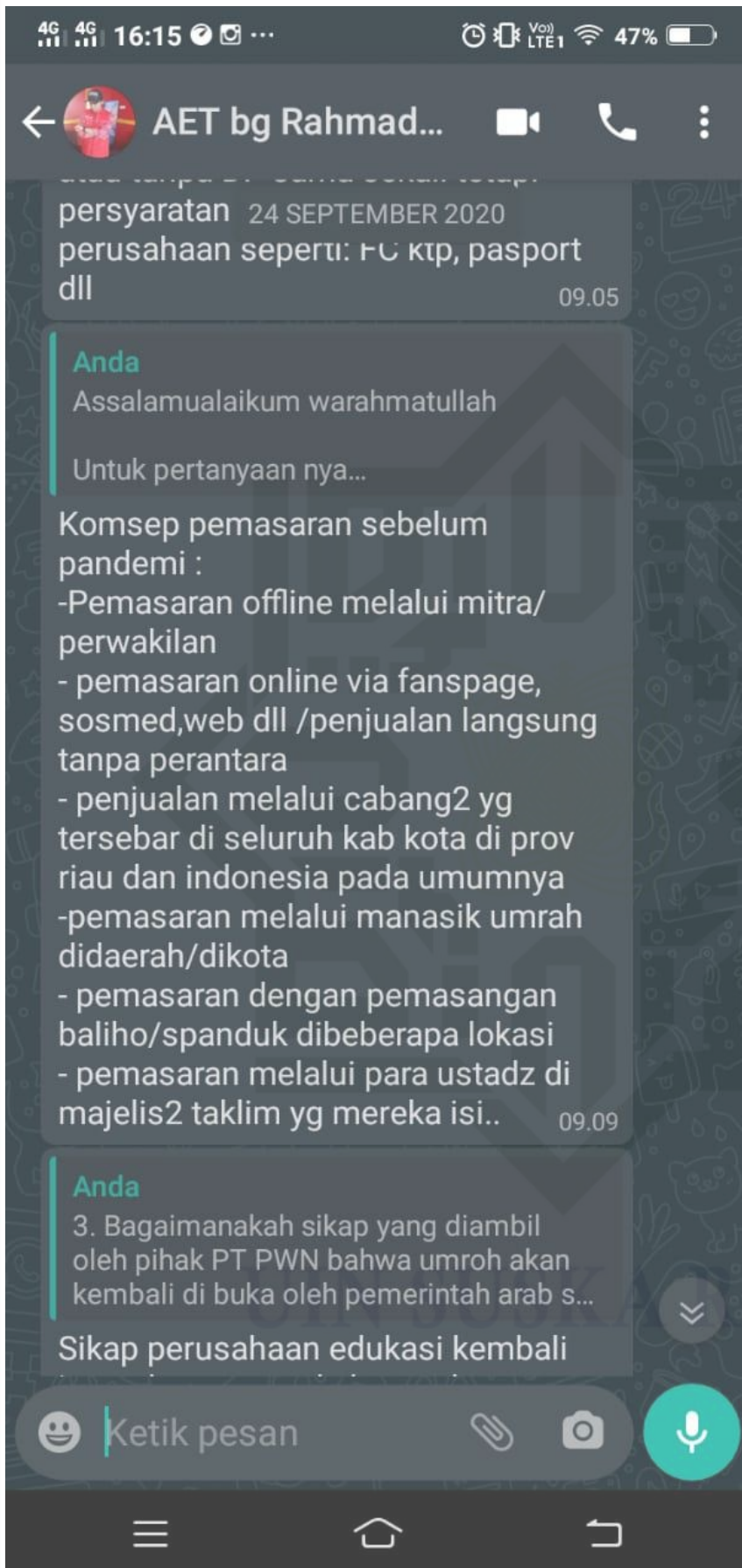
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



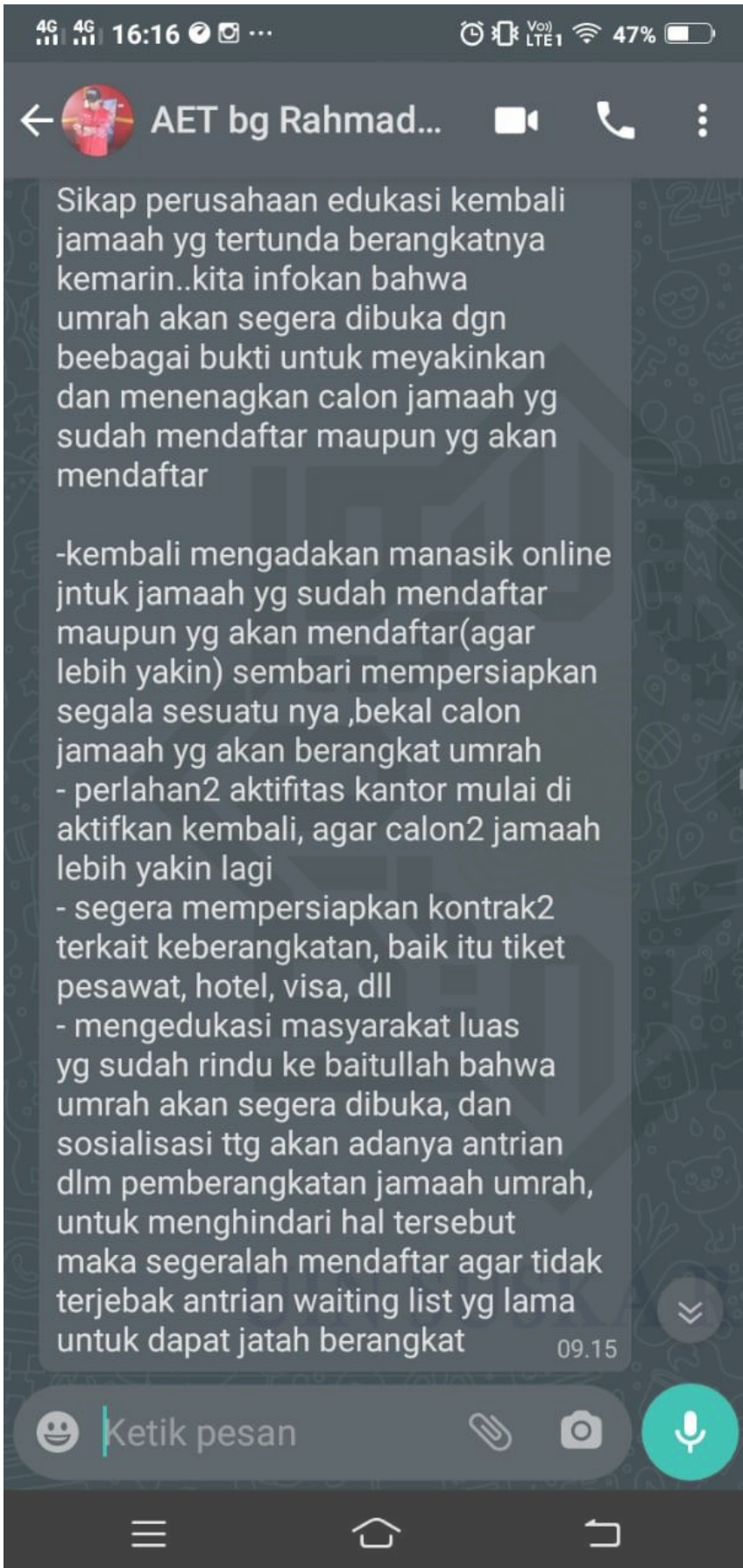
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



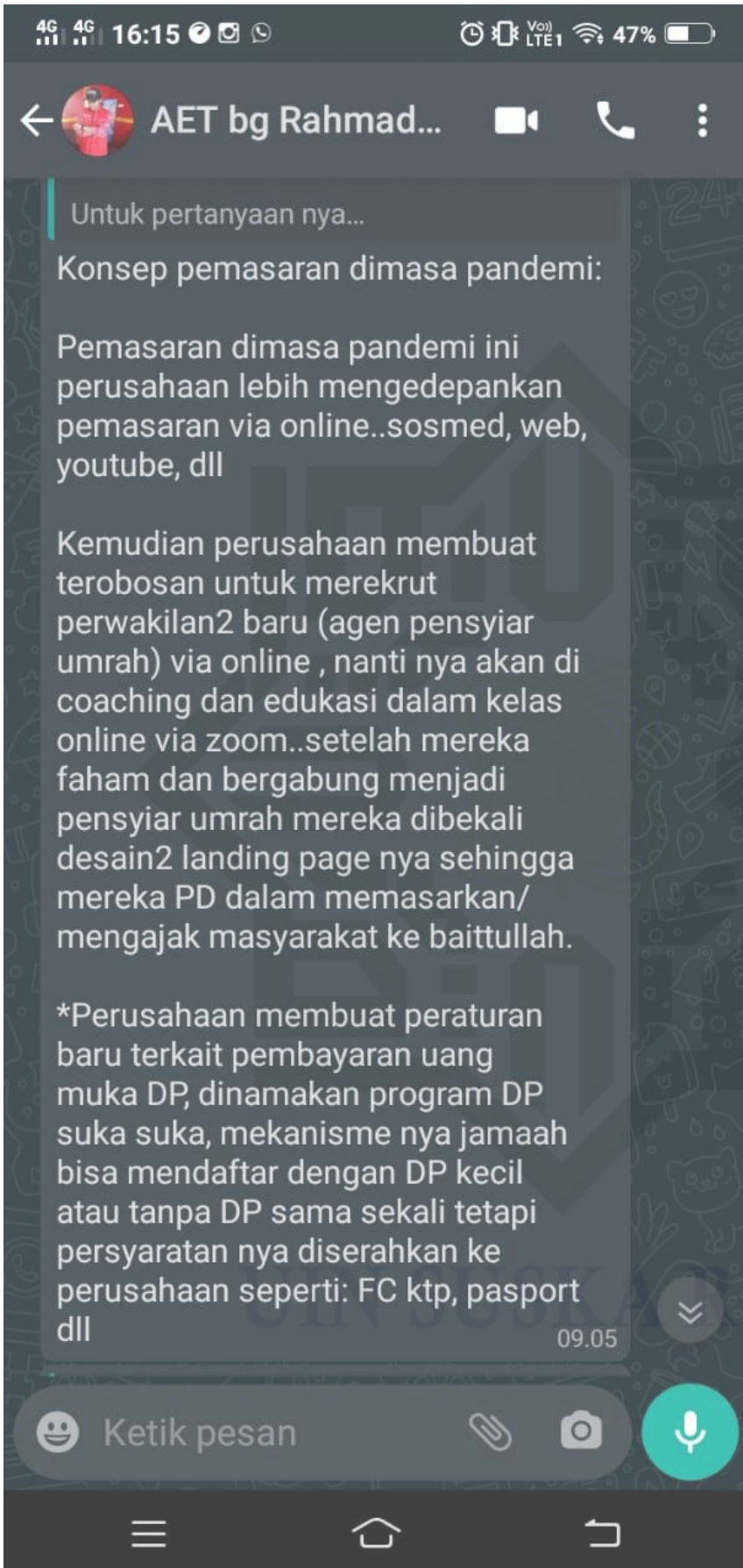
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



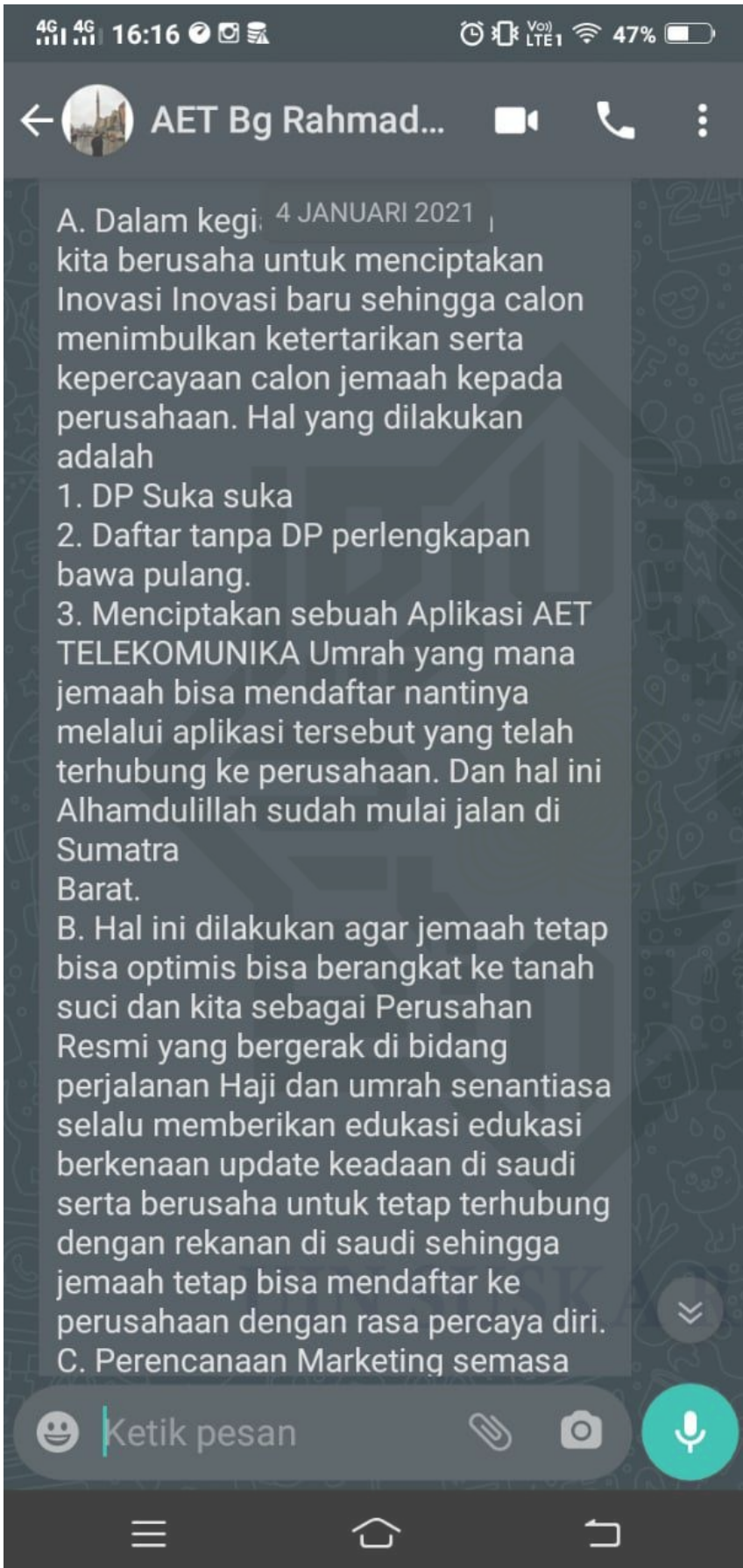
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



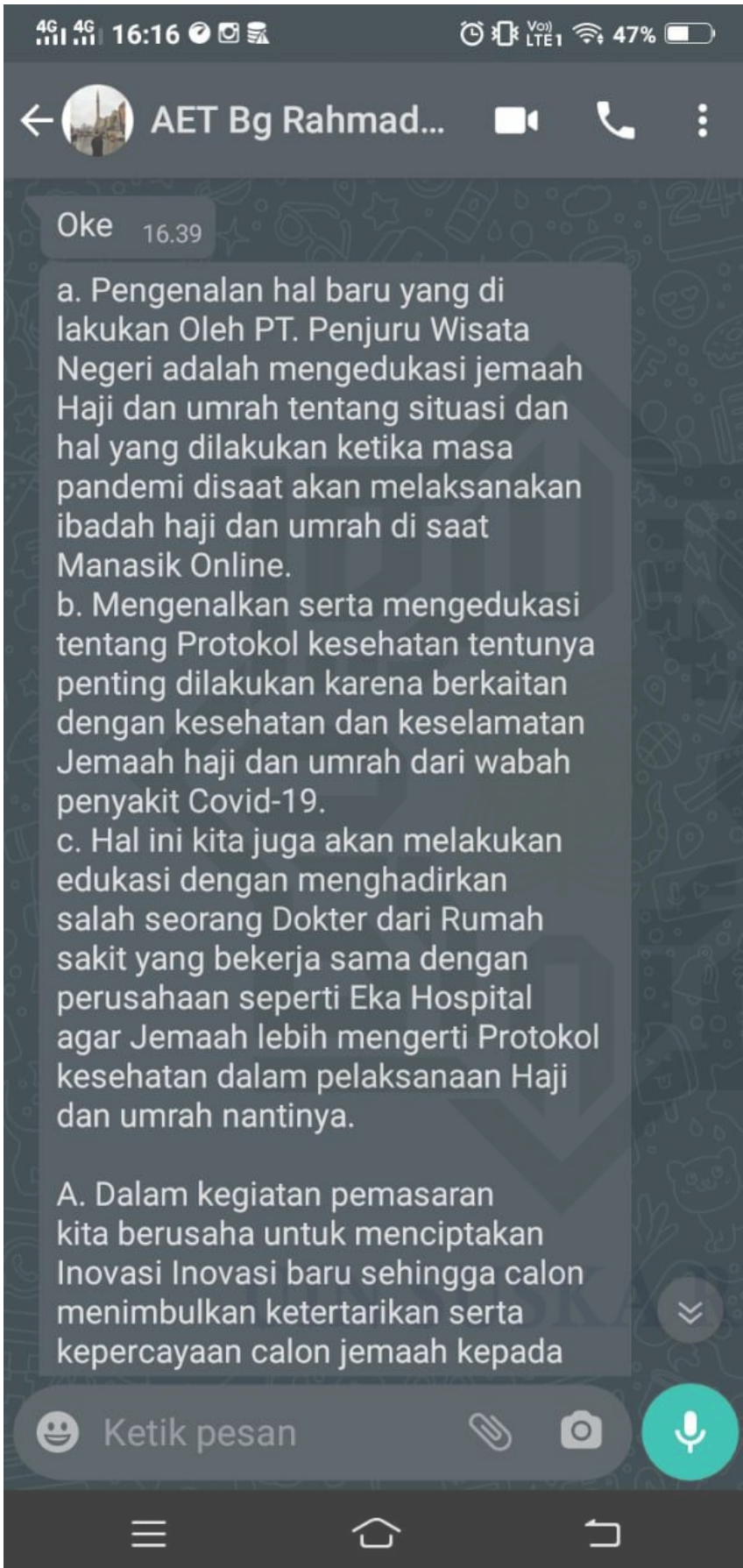
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



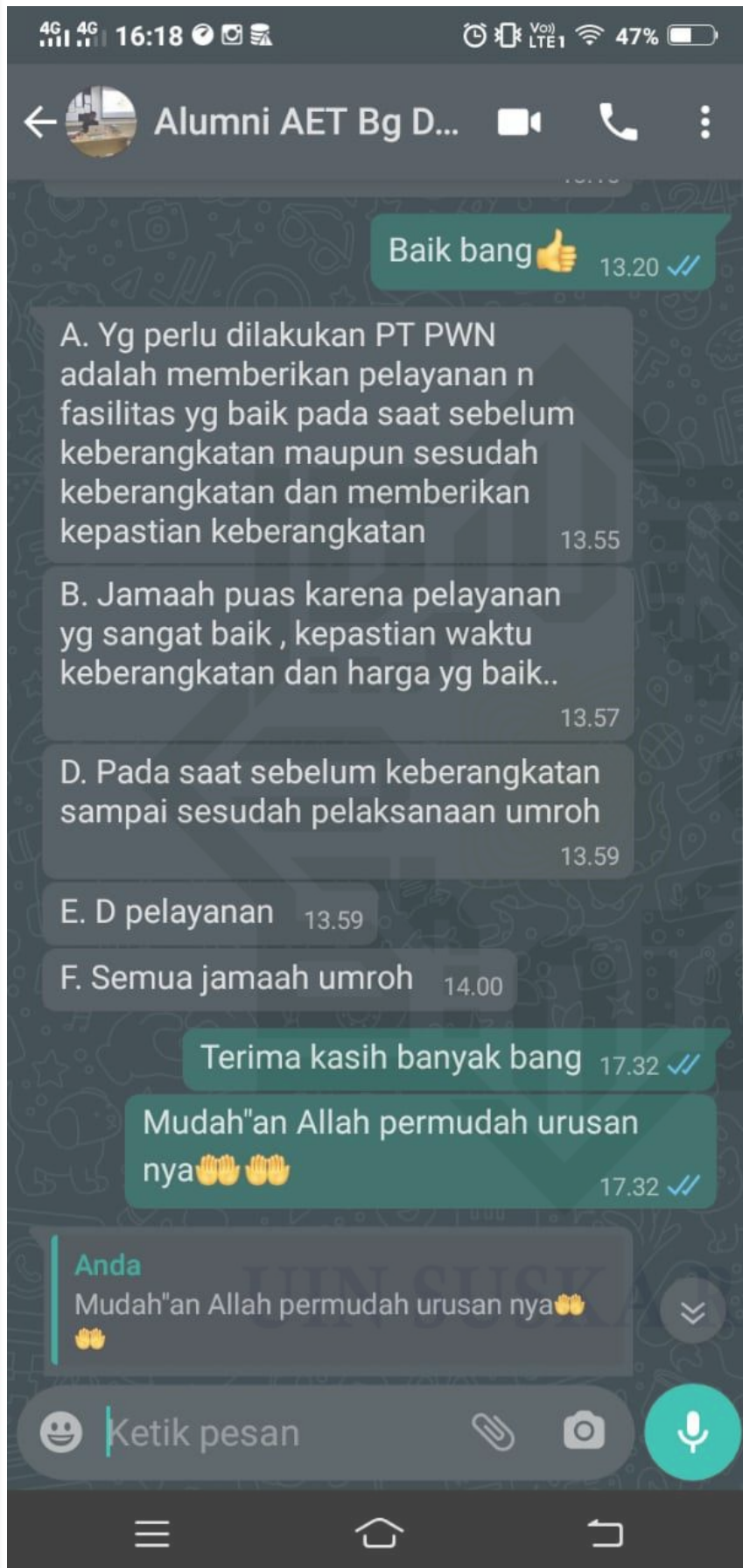
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



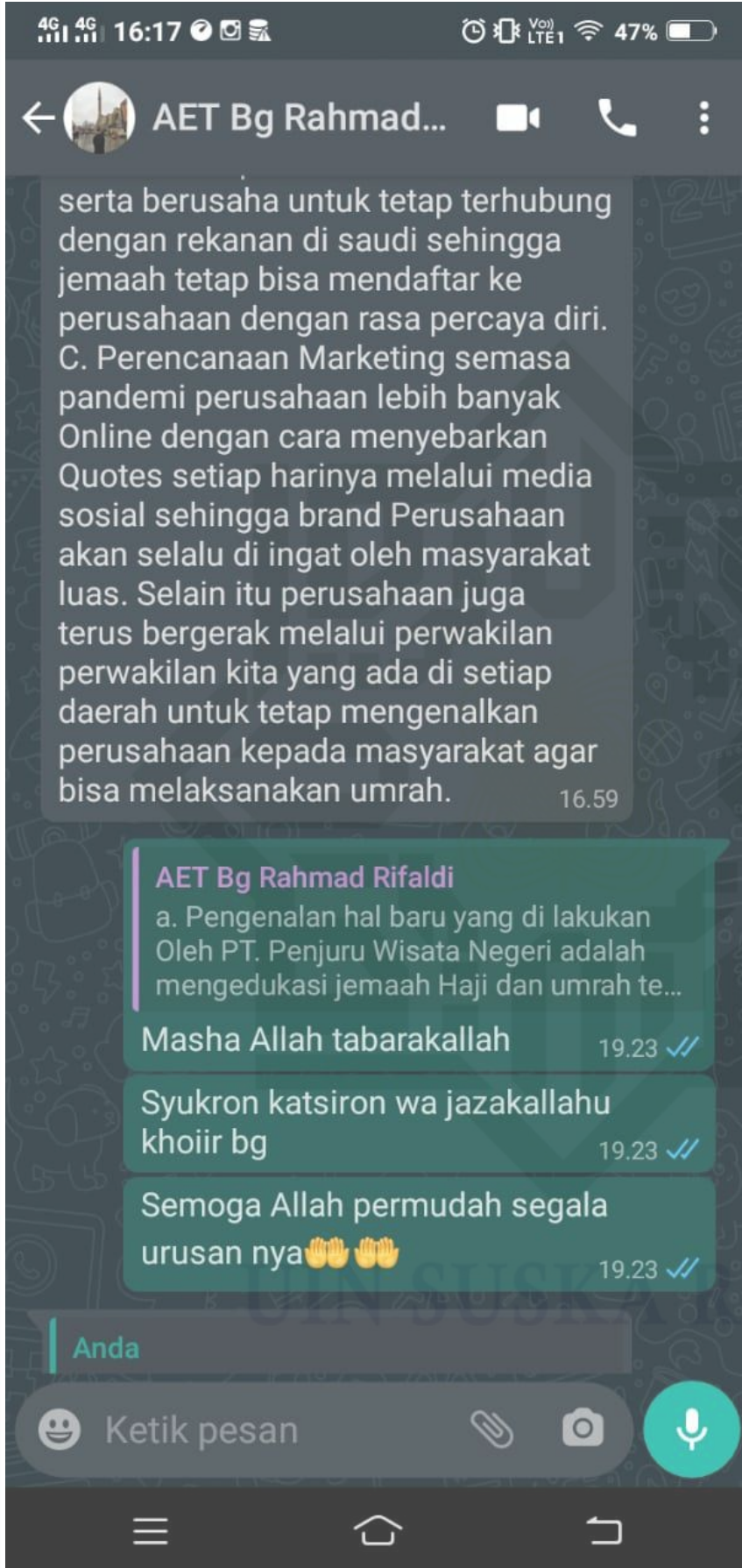
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



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.



RIWAYAT HIDUP PENULIS



RIZKI RAHMAWAN, lahir di Kedabu Rapat, Kecamatan Rangsang Pesisir Kabupaten Kepulauan Meranti Provinsi Riau pada tanggal 21 Oktober 1999, merupakan anak kedua dari 3 (tiga) bersaudara. Lahir dari pasangan Bapak Hamidun dan Ibu Suprihatin. Dalam melaksanakan studi formalnya, penulis menempuh pendidikan di SDN 14 Desa Tanah Merah Kabupaten Kepulauan Meranti pada tahun 2005-2011, kemudian melanjutkan pendidikan Madrasah Tsanawiyah di MTs Raudhatut Thalibin Desa Kedabu Rapat selama tiga tahun dari tahun 2011-2014. Tamat dari Madrasah Tsanawiyah tersebut, penulis melanjutkan pendidikan menengah atas di MAS Raudhatut Thalibin selama tiga tahun dari tahun 2014-2017.

Pada tahun 2017 penulis diterima sebagai mahasiswa di Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jalur UM-PTKIN. Selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi ini penulis aktif berorganisasi di Rohis Dcc Al-fatih (Dakwah Communication Center Al-Fatih) pada tahun 2017, kemudian pada tahun 2018 di tunjuk sebagai koordinator kaderisasi dan pada tahun 2019-2020 di lantik sebagai sebagai ketua umum. Penulis telah melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada Juli-Agustus 2020. Dan dilanjutkan dengan magang di Badan Wakaf Indonesia Perwakilan (BWI) Provinsi Riau pada bulan September-Oktober 2020. Penulis melakukan penelitian dengan judul Manajemen Marketing Paket Umroh PT Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru di Era Pandemi, di bawah bimbingan Bapak Khairuddin M.Ag. berdasarkan hasil ujian sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada tanggal 02 Juli 2021, Alhamdulillah penulis dinyatakan LULUS dengan IPK 3,42 dan berhak menyandang gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

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.