

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

NOMOR SKRIPSI
4959/DM-D/SD-S1/2021

**STRATEGI MARKETING TRAVEL HAJI DAN UMROH DALAM
MEREKRUT JAMAAH DI PT.SELA EXPRESS TOUR (SELATOUR)
PEKANBARU**



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Melengkapi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial(S.Sos)**

Oleh:

REKA CHANIA
NIM 11744202688

**PROGRAM STRATA SATU(SI) JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

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.



UIN SUSKA RIAU

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

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

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

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 : **Reka Chania**
NIM : 11744202688
Judul : **STRATEGI MARKETING TRAVEL HAJI DAN UMRAH DALAM MEREKRUT JAMA'AH DI PT. SELA EXPRESS TOUR PEKANBARU**

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

Hari : Selasa
Tanggal : 26 Oktober 2021

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

Pekanbaru, 01 November 2021



Dr. Imron Rosidi, S. Pd., M.A.
NIP. 1981118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I

Dr. Toni Hartono, M.Si
NIP. 19780605200701 1 024

Penguji III

Perdamaian, M.Ag
NIP. 19621124199603 1 001

Sekretaris/ Penguji II

Mublasin, S. Ag., M.Pd. I
NIP. 196805132005011009

Penguji IV

Rafdeadi, S.Sos.L,M.A
NIP. 19821225201101 1 011

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

**STRATEGI MARKETING TRAVEL HAJI DAN UMROH DALAM MEREKRUT
JAMAAH PADA PT.SELATOUR PEKANBARU**

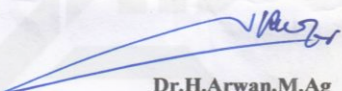
DI SUSUN OLEH

Nama: Reka Chania

Nim: 11744202688

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 14 Juli 2021

Pembimbing



Dr.H.Arwan,M.Ag

NIP. 196602251993031002

Mengetahui,

Sekretaris Prodi Manajemen Dakwah



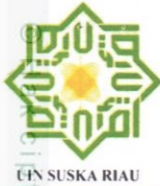
Khairuddin, M.Ag

NIP. 197208172009101002

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



UIN SUSKA RIAU

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

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

Pekanbaru, 27 September 2021

Dr. H. Arwan,M.Ag

Dosen Pembimbing Skripsi

Nomor : Nota Dinas

Lampiran : 5 (Eksemplar) Skripsi

Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

A.n Reka Chania

Kepada Yth,

Dekan

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

di Pekanbaru

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan atau perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini, maka kami sebagai pembimbing skripsi saudara **Sintya Reka Chania NIM.11744202688** dengan judul "**Strategi Marketing Travel Haji dan Umroh dalam Merekrut Jama'ah di PT.Sela Express Tour Pekanbaru**" 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


Dr. H. Arwan,M.Ag
 NIP.196602251993031002

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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Lampiran Surat :
Nomor : Nomor 25/2021
Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Reka Chania
NIM : 11744202688
Tempat/Tgl. Lahir : 21 Agustus 1997
Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi
Prodi : Manajemen Dakwah

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

Strategi Marketing Travel Haji dan Umrah dalam Merekrut Jama'ah
di PT Sela Ekspres Tour Pekanbaru

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 20 November 2021
Yang membuat pernyataan



NIM: 117442 02688

* pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

ABSTRAK

Nama : Reka Chania
Jurusan : Manajemen Dakwah
Judul : Strategi Marketing Travel Haji Dan Umroh Dalam Merekrut Jamaah di PT.Sela Express Tour Pekanbaru

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya penyelenggaraan travel haji dan umroh yang berkompetisi dalam menarik simpati calon jamaah dengan jasa pelayanan yang di berikan,hal ini menjadikan sebuah persaingan besar antara travel satu dengan travel lainnya.memberikan tantangan sekaligus peluang bagi travel ini,Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan gambaran strategi marketing travel haji dan umroh dalam merekrut jamaah di PT.Sela Express Tour Pekanbaru.Objek penelitian ini adalah PT.Sela Express Tour Pekanbaru.Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Informant dalam penelitian ini administrasi dan tietkting umroh,administrasi umroh di pt selatour.data dikumpulkan melalui observasi,wawancara,dokumentasi.hasil penelitian dapat di simpulkan bahwa pertama,strategi penawaran produk dalam bentuk penawaran paket dengan produk-produknya yang berpariatif melalui media sosial.kedua strategi penetapan harga yaitu dengan melihat kualitas produk yang ditawarkan agar tidak memberatkan jamaah.ketiga promosi dengan melakukan promosi secara langsung yaitu dengan agen,brosur,dan mulut kemulut.strategi promosi tidak langsung melalui media sosial instragram,facebook,dan whatsapp.ke empat pelayanan dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar jamaah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Kata kunci: *Strategi Marketing,Merekrut Jamaah*



UIN SUSKA RIAU

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

ABSTRACTS

Name : Reka Chania
Department : Dakwah Management
Title : Hajj and Umroh Travel Marketing Strategy in Recruiting Pilgrims

This research is motivated by the large number of Hajj and Umrah travel organizations that compete in attracting the sympathy of prospective pilgrims with the services provided, this makes a big competition between one travel and another travel. is to provide an overview of marketing strategies for hajj and umrah travel in recruiting pilgrims at PT. Sela Express Tour Pekanbaru. The object of this research is PT. Sela Express Tour Pekanbaru. This type of research is descriptive qualitative. Informants in this study were Umrah administration and tietting, Umrah administration at pt selatour. The data were collected through observation, interviews, documentation. The results of the research can be concluded that first, the product offering strategy is in the form of package offers with its products that are varied through social media. the pricing strategy is by looking at the quality of the products offered so as not to burden the congregation. the third promotion is by conducting direct promotions, namely with agents, brochures, and word of mouth. provide the best service so that pilgrims are satisfied with the services provided.

Keywords: *Marketing Strategy, Recruiting Congregants*



KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum warohmatullahiwabarokatu

Alhamdulillah, Puji Syukur Kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya sehingga skripsi dengan judul "**Strategi Marketing Travel Haji dan Umroh Dalam Merekrut Jamaah di PT.Selatour Pekanbaru**" ini dapat tersusun hingga selesai. sholawat berangkaikan salam tidak lupa kita hadiahkan buat junjungan alam Yakni nabi besar Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan kita dalam berahlakhul karimah.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, bantuan serta nasehat dari berbagai pihak. ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis ucapkan kepada yang tersayang dan tercinta untuk kedua orang tua penulis ayahanda syamsir dan ibunda ratna wilis atas setiap linangan air mata dan setiap tetesan keringat dalam mendukung ananda dalam mengapai cita-cita dan menyelesaikan studi perkuliahan ini. semoga selalu diberi kesehatan dan senantiasa dalam lindungan Allah SWT. dan tak lupa ucapan terimakasih penulis ucapkan untuk keluarga besar atas dukungan semangat dan sehat yang diberikan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan strata satu ini.

pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas M. Ag selaku rektor Uin Suska Riau. Ibu Dr. Hj. Helmiati, M. Ag selaku Wakil Rektor I Uin Suska Riau. Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M. Pd. selaku Wakil Rektor II Uin Riau. Bapak Edi Erwan, S. Pt., M. Sc, Ph. D selaku Wakil Rektor III Uin Suska Riau. Yang telah memberikan izin dan waktu untuk menimba ilmu di perguruan tinggi ini.
2. Imron Rosidi, MA, Ph. D selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Dr.Masduki, M.Ag, Dr.Toni Hartono, M.Si., Dr.H.Arwan, M.Ag. selaku wakil Dekan I, II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Univeritas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Khairuddin, M.Ag Selaku Ketua Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Muhlasin, M.Pd.I Selaku Sekretaris Prodi Manajemen Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Rafdeadi, S.Sos.I.,M.A Selaku Pembimbing akademik (PA) selalu memberikan motivasi dan bimbingan kepada penulis selama proses perkuliahan.
7. Dr.H.Arwan, M.Ag selaku pembimbing skripsi yang telah setia tanpa bosan dan jenuh dalam memberikan motivasi dan arahan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjalani studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Syarif Kasim Riau.
9. Karyawan/i Fakultas dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan yang baik dan kemudahan dalam administrasi.
10. Pimpinan beserta para karyawan yang bekerja diPT.Selatortour Pekanbaru yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh keluarga besar Himpunan Manajemen Dakwah Periode 2018/2019 dan 2019/2020, yang selalu memberikan motivasi, ilmu, pengalaman serta dapat mempeerat tali silaturahmi.
12. Teman-teman seperjuangan mahasiswa-mahasiswa jurusan Manajemen Dakwah angkatan tahun 2017.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, semoga semua bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung akan

menjadi ladang amal dan mendapatkan pahala yang berlipat ganda disisi Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan masih terdapat banyak kekurangan oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis kritik dan saran dari berbagai pihak akhirnya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta berguna bagi pribadi dan juga bagi pembaca sekalian. *Aamiin Ya Rabbal'alamiin Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Pekanbaru, 15 Juli 2021

Reka Chania
NIM. 11744202688



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



UIN SUSKA RIAU

© Haki Sastratik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah	4
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori.....	9
1. Pengertian Strategi	9
2. Macam –macam Strategi.....	11
3. Strategi Marketing	12
4. Strategi Penjualan Secara Langsung.....	16
5. Konsep Pemasaran Marketing	19
6. Menetapkan strategi yang sesuai.....	21
7. Rekrutmen.....	22
8. Tujuan Rekrutmen	23
9. Proses Rekrutmen	24
10. Haji dan umroh	24
B. Kajian Terdahulu	27
C. Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	31
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	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.



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Shafiq Isyamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

C. Sumber Data	31
D. Informant Penelitian	32
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Validasi Data	33
G. Teknik Analisis Data	34
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	35
A. Sejarah PTSELATOUR Pekanbaru.....	35
B. Logo perusahaan.....	36
C. Profil PT.Sela Express Tour	36
D. Visi Misi dan Kelebihan PT.Selatour	36
E. Struktur Organisasi	37
F. Aktifitas PT. Sela Express Tour	41
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Hasil penelitian.....	42
B. Pembahasan	54
BAB VI PENUTUP	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo PT. Sela Express Tour

37



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran 2 Dokumentasi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Haji adalah ibadah fardhu yang suci serta mulia. haji adalah ibadah keagamaan yang paling besar dan ibadah yang paling berbeda dibandingkan dengan empat ibadah fardhu lainnya. Ibadah haji merupakan salah satu rukun dari lima rukun Islam. Ibadah haji diwajibkan sekali seumur hidup. ibadah haji adalah termasuk ibadah yang paling istimewa. ibadah haji merupakan ibadah fisik dan harta. seorang muslim tentu harus mempersiapkan fisik dan hartanya. oleh karena itu, Allah tidak mewajibkan haji kecuali bagi orang yang mampu melakukannya. Maksud dari kata mampu memiliki harta dan kendaraan.

Kewajiban ibadah haji dilakukan sekali seumur hidup yaitu bagi mereka yang beragama Islam, baliq, mumayyiz, berakal sehat, dan yang mampu melaksanakannya. ibadah haji merupakan mu'tamar atau silaturahmi akbar dimana mereka dapat bertukar pengalaman, menyatukan misi dan persepsi, program dan acuan memajukan Islam di negeri masing-masing setelah mereka kembali dari ibadah di tanah suci.¹

Haji pada hakikatnya merupakan aktivitas suci yang pelaksanaannya diwajibkan oleh Allah kepada seluruh umat Islam yang telah mencapai istita'ah (mampu) ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat QS. Al-Imran ayat 3:97

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ
الْبَيْتِ مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya: Dia menurunkan Al kitab (Al Quran) kepadamu dengan sebenarnya; membenarkan kitab yang telah diturunkan sebelumnya dan menurunkan Taurat dan Injil,

¹A. Rosado Shaleh, *Manajemen Da'wah Islam*, (Jakarta : Bulan Bintang, 1977), Cet. ke-I, h. 11.

Melakukan haji yang pertama, maka selesailah kewajibanya, hajiberikutnya, kedua, ketiga dan seterusnya, merupakan ibadah haji sunnah.haji pada hakikatnya merupakan sarana dan media bagi umat islam untuk melaksanakan ibadah sunnah dan media bagi umat islam untuk melaksanakan ibadah ke baitullah dan tanah suci setiap tahun. Karena setiap tahun sebagian kaum muslimin dari seluruh dunia datang untuk menunaikan ibadah haji.Adapun ibadah umrah pada hakikatnya menjadi sarana dan media bagi kaum muslimin untuk beribadah ke tanah suci setiap saat dan waktu.Karena pada saat itu kaum muslimin datang dan menziarahi ka'bah untuk melakukan ibadah dan mendekati diri kepada Allah SWT.Tidak hanya tahun pada saat haji, tetapi juga pada setiap saat, ketika orang melakukan ibadah umrah. Haji merupakan salah satu rukun Islam yang kelima yang diwajibkan oleh Allah SWT kepada orang-orang yang mampu menunaikannya, yakni memiliki kesanggupan biaya serta sehat jasmani dan rohani untuk menunaikan perintah tersebut, tujuan pokok dari perjalanan haji dan umrah ada tiga:

Mengerjakan haji, hukumnya wajib (bagi yang mampu) dan hanya sekali seumur hidup

1. Mengerjakan haji, hukumnya wajib (bagi yang mampu) dan hanya sekali seumur hidup. Adapun selebihnya itu sunnah. Haji hanya dapat dikerjakan pada musim haji, berbeda dengan umrah yang waktunya tidak terbatas
2. Mengerjakan umrah, hukumnya sama dengan haji, hanya saja antara haji dengan umrah terdapat persamaan dan perbedaan dalam waktu dan pelaksanaannya
3. Mengadakan ziarah, hukumnya sunnah. Dan berziarah dimaksudkan adalah ketempat - tempat, baik di Jeddah, Makkah, Madinah dan tempat- tempat lain yang bersejarah.²

Kegiatan ibadah haji dan umroh mempunyai dua sisi yang harus diperhatikan dalam pelaksanaannya yaitu standar pelaksanaan saat masih di tanah air dan dimekah, pada standar pelayanan jasa (pelayanan setoran ONH

²Ahmad Abd Majdi, Seluk Beluk Ibadah Haji dan Umrah, h. 13



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.

ke bank pengurusan dokumen haji dan umroh, pemeriksaan kesehatan calon jamaah bimbingan manasik (materi bimbingan, metode dan waktu bimbingan), penyediaan perlengkapan, dan konsultasi keagamaan. Sedangkan standar pelayanan ibadah haji dan umrah di tanah suci adalah pelayanan akomodasi, transportasi, konsumsi, kesehatan, serta bimbingan ibadah haji dan umrah. Dalam undang-undang No.17 tahun 1999 tentang penyelenggaraan ibadah haji diisyaratkan tiga hal yang harus di upayakan secara konsisten dan terus menerus oleh pemerintah, dalam hal ini kementerian agama sebagai leading sector penyelenggaraan ibadah haji yaitu:

1. Pembinaan yang mencakup bimbingan pra haji, ketika berlangsung, dan paska haji.
2. Kedua, pelayanan yang terdiri dari pelayanan administrasi, transportasi, konsumsi, kesehatan, akomodasi, dan sebagainya.

Perlindungan yang meliputi keselamatan keamanan serta asuransi perlindungan dari pihak lain yang merugikan jamaah haji. Peluang inilah yang dilirik bukan saja oleh pemerintah namun juga oleh biro-biro penyelenggara berkompetisi untuk menarik simpati jamaah.³

Kemudian lembaga-lembaga itu mengambil peran, dimana ada di antara mereka yang menangani ini semata-mata karena bisnis, namun diantara mereka ada karena memang panggilan Agama. Agar tujuan pelaksanaan ibadah haji dan umrah selalu sukses dan mencapai target yang ingin dicapai, maka perlu adanya suatu strategi, baik strategi dibidang pelayanan, penyuluhan dan bimbingan, manasik dan sebagainya. Sehingga yang menjadi cita-cita para jamaah dalam menunaikan ibadah haji dan umrah ini bisa diperoleh secara sempurna dan memuaskan.

Ciri pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada jamaah. Biro perjalanan wisata Pt.sela express tour pekanbaru merupakan salah satu biro perjalanan haji dan umrah khusus yang berusaha memberikan pelayanan terbaik dalam melaksanakan perjalanan ibadah haji dan umrah serta mampu melancarkan pelaksanaan ibadah haji dan umrah di Indonesia. Dalam

³Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 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 mengumunkan 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.

merekrut calon jamaah haji untuk masuk ke Pt.sela express tour pekanbaru. misampai sekarang masih menggunakan metode *mouth to mouth* dari warga sekitar dan para alumni atau jamaah yang telah menggunakan jasa travel ini, juga dengan menyebarkan brosur, dan pamflet, serta website resmi. Pihak lembaga tidak mengharuskan admisnistrasi dibayar tunai karena ditakutkan nilai dolar naik ke dalam rupiah, kurang siapnya mental dikarenakan ada hal-hal tertentu sehingga calon jama'ah haji berubah pikiran dan pihak lembaga tidak bisa memberikan jaminan uang kembali ketangan calon jama'ah haji.⁴

Dengan banyaknya penyelenggaraan travel haji dan umroh berkompetisi untuk menarik simpati calon jamaah dengan memberikan pelayanan dan fasilitas yang mereka berikan, hal ini menjadikan sebuah persaingan besar antara travel satu dengan travel lainnya.dengan banyak nya pelayanan yang diberikan hal ini menjadikan calon jamaah bingung untuk mendapatkan pelayanan dalam semua segi bidang untuk mendapatkan kepuasan tersendiri bagi calon jamaah tersebut.

Dengan bertolak dari pernyataan inilah, menarik peneliti untuk melakukan penelitian lebih jauh tentang cara yang digunakan lembaga tersebut dalam perekrutan, guna mengetahui cara merekrut jamaah. Sehingga setiap pemberangkatannya mengalami perkembangan secara signifikan di PT.Sela Express Pekanbaru, maka peneliti mengambil judul penelitian “strategi marketing Travel Haji dan Umroh dalam Merekrut Jamaah” (di PT.Sela Express pekanbaru)’’

B. Penegasan Istilah

Strategi marketing Travel Haji dan Umrah adalah kegiatan yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah menggunakan system keseluruhan kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan

⁴ Aufiq Kamil (Dirjen Bimas Islam dan Penyelenggaraan haji, di sajikan di sebuah seminar haji di Jakarta / B-I), BPIH dari tahun ketahun, Faktual atau Komersil, (Media Indonesia,edisi Selasa, 9 juli 2002)

dan mendistribusikan barang. penyelenggaraan haji dan umroh, sebelum, selama, dan setelah, yang dilaksanakan di PT. Sel Penegasan istilah ini guna untuk mempertegas kembali istilah dalam judul ini agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahaminya, maka penulis perlu menjelaskan kata kunci yang terdapat dalam judul proposal

1. Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi berasal dari bahasa strategi yang berarti ilmu siasat (perang), taktik, akal. Definisi lain menyebutkan bahwa strategi adalah kerangka acuan yang terintegrasi dan komprehensif yang mengarahkan pilihan-pilihan yang menentukan bentuk dan arah aktifitas-aktifitas organisasi menuju pencapaian tujuan-tujuannya. Menurut Marrus dalam Umar, Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

2. Marketing

Strategi Pemasaran menurut kamus besar bahasa Indonesia merupakan proses, cara, memasarkan suatu barang dagangan, namun banyak ahli yang berbeda pendapat tentang definisi pemasaran, diantaranya:

- a) Menurut Philip kotler, pemasaran merupakan suatu proses dan majarial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.
- b) Menurut Wiliam J Stanton, pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang di ajukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial.





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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

c) Menurut Alex S Nifisimito menyebutkan bahwa pemasaran bagaikan jantung sebuah perusahaan jika pemasaran suatu perusahaan sampai berhenti karena barang/jasa yang dijualnya tidak laku terjual.⁵ maka perusahaan tersebut akan segera mengalami kesulitan bahkan kegagalan, bila pemasaran berhenti, maka berhentilah semua kegiatan perusahaan.

3. Rekrutmen

Adalah proses mencari dan menarik calon pegawai atau karyawan yang qualifaid untuk pekerjaan dalam memberikan pelayanan umun (service) dan pelaksanaan pembangunan sesuai bidang kerja sebuah organisasi. Menurut Sondang Siagian dalam bukunya yang berjudul manajemen sumber daya manusia mengemukakan bahwa rekrutmen adalah proses mencari, menemukan, dan menari para calon peserta anggota yang sesuai untuk rekrutmen oleh suatu organisasi untuk mengisi lowongan pekerjaan. Namun rekrutmen dalam travel haji dan umroh berbeda dengan merekrut pegawai atau karyawan, yang dimaksud disini adalah bagaimana cara rekrutmen calon jamaah haji dan umroh agar bisa masuk ataupun mendaftar dan ikut bimbingan di travel haji dan umroh tersebut.dimana calon jamaah dan umroh tersebut bisa disebut dengan konsumen.⁶

Dalam penelitian ini, strategi rekrutmen yang dimaksud adalah rencana cermat yang dilakukan oleh pengurus travel haji dan umroh dalam rangka mencari dan rekrutmen calon jamaah haji dan umroh.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi masalah pada penelitian ini adalah.bagaimana strategi marketing yang digunakan dalam merekrut jamaah di pt selatour Pekanbaru.?

⁵Ali Hasan, Marketing Bank Syariah, (Bogor: Ghalia Indonesia, cet. Ke-1, 2010), h. 29.
 14 Philip Kotler, Dasar-dasar Pemasaran, (Jakarta: CV. Intermedia,1994) h. 7

⁶Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Bandung Erlangga,2012),64.
 Miftahuddin, Pengantar Bisnis, Edisi Revisi(Medan:2009),74



D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi marketing travel haji dan umroh dalam merekrut jamaah di PT.Sela Express Tour Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

a. Teoritis

- 1) menambah ilmu pengetahuan, khususnya bagi mahasiswa jurusan manajemen dakwah.
- 2) Sebagai bahan masukan bagi mahasiswa penelitian berikutnya tentang strategi marketing travel haji dan umroh dalam merekrut jamaah
- 3) Sebagai sarana bagi penulis untuk lebih menambah pengalaman dan ilmu pengetahuan dalam menulis karya ilmiah. khususnya sebagai calon akademisi dibidang manajemen dakwah haji dan umroh.

b. Praktis

Yakni sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana social (S.Sos) di fakultas dakwah dan komunikasi dibidang akademisi manajemen dakwah konsentrasi manajemen traveling haji dan umroh.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan untuk menguraikan pembahasan masalah diatas, maka penulis berupaya menyusun kerangka penelitian secara sistematis sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini penulis mengemukakan latar belakang masalah, penegasan istilah , Rumusan Masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

BAB II : KAJIAN TERDAHULU

Dalam bab ini penulis mengemukakan kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian, landasan teori serta kerangka pikir yang digunakan dalam penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan sejarah perusahaan, logo perusahaan, profil perusahaan, kelebihan perusahaan, visi dan misi perusahaan, serta struktur organisasi.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Dalam bab ini penulis mengemukakan kesimpulan dan saran penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

Untuk mengetahui bagaimana strategi marketing travel haji dan umroh dalam merekrut jamaah di PT.Sela Express Tour Pekanbaru, maka terlebih dahulu penulis menguraikan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian yang dijadikan landasan untuk menganalisa masalah-masalah yang terjadi.

1. Pengertian strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi berasal dari bahasa strategi yang berarti ilmu siasat (perang), taktik, dan akal. Definisi lain menyebutkan bahwa strategi adalah kerangka acuan yang terintegrasi dan konprehensif yang mengarahkan pilihan-pilihan yang menentukan bentuk dan arah aktifitas-aktifitas organisasi menuju pencapaian tujuan-tujuannya. Menurut Marrus dalam Umar, Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi didefinisikan secara khusus sebagai tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Sedangkan Menurut Michel, Strategi merupakan sejumlah tindakan yang berintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mendayagunakan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing.Strategi merupakan rencana bersekala besar bagi manajemen organisasi yang berorientasi jangkauan masa depan yang jauh ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif.⁷

⁷ Suharso dan Ana Retnoningsi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Semarang:Widya Karya, 2014), hlm.4999

Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha sebuah organisasi. Menurut Stoner, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi, serta mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manajer memainkan peran aktif, sadar dan rasional dalam memuat strategi organisasi. Strategi dan perencanaan yang baik adalah kunci dari keberhasilan pemasaran, perencanaan, dalam strategi harus menghasilkan sesuatu yang fleksibel dalam keperluan penempatan tujuan pemasaran itu sendiri.

Adapun langkah-langkah strategi dalam menjalankan perusahaan, yaitu antara lain.⁸

- a. Mendefinisikan visi dan misi perusahaan
- b. Merencanakan tujuan dan sasaran perusahaan
- c. Merancang portofolio bisnis
- d. Merencanakan strategi fungsional

Tujuan perencanaan strategi adalah agar perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perusahaan lingkungan eksternal. Strategi menurut penulis adalah proses berfikir melalui sebuah analisa terhadap internal dan eksternal perusahaan ataupun organisasi yang merupakan pandangan jangka panjang, sehingga menghasilkan langkah-langkah ataupun kerangka tindakan yang sistematis dan efisien yang akan menjadi sebuah bukti-bukti misalnya. Sebuah perusahaan travel haji dan umroh. Dalam merekrut jamaah Pt ini menawarkan jasa paket haji plus maupun regular dengan biaya lebih murah.

Menurut Stoner strategi didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai organisasi, serta mengimplementasikan misinya. Maka yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manajer

⁸ Akdon, *Strategic Management For Educational Management*, Cet ke 4,3.



memainkan peranan aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi

2. Macam-Macam Strategi

a. Strategi perusahaan

Strategi yang dilakukan perusahaan sehubungan dengan persaingan antar perusahaan dalam sector bisnis yang dijalankannya secara keseluruhan. Tujuannya untuk menetapkan keseluruhan sikap perusahaan terhadap pertumbuhan dengan cara perusahaan mengelolah bisnis atau produk. Sebuah perusahaan bisa memutuskan untuk tumbuh dengan meningkatkan aktivitas investasinya.

b. Strategi bisnis atau strategi persaingan

Strategi yang dilakukan oleh perusahaan sehubungan dengan persaingan bisnis yang dijalankan pada beberapa jenis yang diperdagangkan. Strategi bisnis atau strategi persaingan yang berlangsung pada tingkat unit bisnis atau lini produk, berfokus pada peningkatan posisi bersaing perusahaan.

c. Strategi meningkatkan produktivitas dan kualitas:

- 1) Menanamkan modal, inovasi dan teknologi, untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas
- 2) Menerapkan propektivitas jangka panjang
- 3) Menekankan mutu kerja
- 4) Memperbaiki sector kerja

d. Strategi pada tingkat fungsional Strategi

Perusahaan pada bagian pemasarannya, khususnya ditingkat periklanan. pada menejer dalam bidang spesifik memutuskan cara terbaik memutuskan tujuan perusahaan.⁹

⁹Eka Nurjannah, Strategi Pemasaran Pada Biro Perjalanan Pt Fela Tour Trvel Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Antar Jasa Penyelenggaraan Umroh dan Haji Plus Di Kota Demak, *Skripsi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Wali Songo Semarang*, 2018, 27





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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Strategi Pemasaran (Marketing)

Strategi Pemasaran menurut kamus besar bahasa Indonesia merupakan proses, cara, memasarkan suatu barang dagangan, namun banyak ahli yang berbeda pendapat tentang definisi pemasaran, diantaranya:

- a) Menurut Philip kotler, pemasaran merupakan suatu proses dan majarial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.
- b) Menurut Wiliam J Stanton, pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang di ajukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial.
- c) Menurut Alex S Nifisimito menyebutkan bahwa pemasaran bagaikan jantung sebuah perusahaan jika pemasaran suatu perusahaan sampai berhenti karena barang/jasa yang dijualnya tidak laku terjual, maka perusahaan tersebut akan segera mengalami kesulitan bahkan kegagalan, bila pemasaran berhenti, maka berhentilah semua kegiatan perusahaan.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi pemasaran (marketing) yang digunakan dalam merekrut jamaah adalah dengan cara meberikan pelayanan yang baik terhadap jamaah haji maupun umroh, berkata jujur, sopan dan meyakinkan calon jamaah. Tidak hanya itu penulis juga melakukan strategi dalam perekrutan jamaah dengan menawarkan antara lain:

- a. Jasa travel haji dan umroh Pt.Sela Express Tour Pekanbaru

Jasa adalah setiap kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak, kepada pihak lainnya seperti penyediaan jasa perjalan haji dan umroh.¹⁰ Dalam sector jasa, sebuah perusahaan jasa travel haji dan

¹⁰ Buchori Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung :Alfabeta, Cet.11.2014).139

umroh sangat mempengaruhi tingkatan harga, semakin bagus suatu tempat tersebut maka berdampak akan tinggi nilai suatu produk. dalam sector jasa, sebuah perusahaan jasa meningkatkan jumlah jama'ah dan menambah jamaah baru atau mempertemukan jamaah yang pernah mengikuti program umroh yaitu dengan mempersiapkan sistem pendukung, diantaranya:

- a) Mempunyai daftar alumni jama'ah atau calon jama'ah.
- b) Mempunyai data profesi pekerjaan jamaah dan jamaah biasanya bisa dikategorikan dari kalangan bawah, menengah dan diatas. Terdiri dari nama, alamat, nomor telpon dan lain lainnya.
- c) Melakukan pemasaran ketika berlangsungnya training
- d) Mencatat nama jamaah yang di telpon atau dikunjungi.

Dalam upaya mencapai target di perlukan adanya aspek aspek dalam pemasaran (marketing mix) bauran marketing mix adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan repon yang diinginkannya pasar sasaran. Jarome Mc Carthy dalam buku dasar dasar pemasaran Marius P. Anggipora memperkenalkan istilah marketing mix dengan sebutan The Four P'Sy ang merupakan singkatan product (produk) price (harga) *place* (tempat/distribusi) dan promotion (promosi). Untuk mengetahui lebih lanjut konsep dasar marketing mix dan unsure terkait di dalamnya dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Strategi penawaran produk

Produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh seorang ataupun lembaga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. keberadaan produk dapat dikatakan sebagai titik sentral dan kegiatan marketing, karena semua kegiatan dari semua unsure-unsur marketing mix.¹¹

Berawal dan berpatokan pada produk yang dihasilkan, perkenalan secara mendalam terhadap keberadaan suatu produk

¹¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta, Prentice-Hall Inc, 2000), hal. 2.



yang dapat dihasilkan dari suatu produk dapat dilihat dari unsur-unsur yang terdiri dari, keanekaragaman, atau macam –macam produk, kualitas dan pelayanan.

2) Strategi penentuan harga

Harga merupakan uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk guna memenuhi kebutuhan dan keinginan yang belum terpuaskan. didalam menentukan kebijakan harga dari suatu produk¹² yang dihasilkan tentunya perlu memperhatikan dan mempertimbangkan secara seksama unsur-unsur berkaitan dengan bauran harganya terdiri daftar harga, rabat, potongan tunai, jangka pembayaran, dan syarat kredit. Penetapan unsur unsure dalam bauran harga dari suatu produk yang dihasilkan merupakan salah satu usaha produsen untuk menarik para konsumen.

3) Strategi (tempat/distribusi)

Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. keputusan ini juga meliputi keputusan lokasi fisik. Lokasi Yaitu keputusan yang dibuat perusahaan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang memperngaruhi proses lokasi yaitu:

- a) Konsumen mendatangi penyediaan jasa, lokasi menjadi aspek yang sangat penting, karnea konsumen harus mendapatkan kemudahan akses melihat kondisi perusahaan.
- b) Penyediaan jasa yang mendatangi konsumen, pada kelompok ini menjadi kurang penting. dalam kasus penyediaan jasa harus didahului panggilan konsumen.
- c) Penmeri jasa dan konsumen tidak bertemu langsung, berarti penyediaan jasa dan konsumen berinteraksi seperti telpon, whatsapp dan sebagainya.

¹² Marius P. Anggipora, *Dasar-dasar pemasaran*, (Bandung: Erlangga, 2008), hlm. 27



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

4) Strategi kegiatan promosi

Strategi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan diatas baik produk, harga maupun distribusi. dalam hal ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. menurut kotler dan keller promosi adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau brand yang dijual. pengenalan produk dapat dilakukan melalui komunikasi dengan tujuan menyebarkan informasi, mengajak atau menakutkan konsumen. strategi promosi terbagi dua:

Melalui media social

1) Instragram

PT. Sela Express Tour dalam mempromosikan produknya yaitu dengan menggunakan media “instragram” dimana dengan instragram tersebut dapat memposting produk-produknya, produk haji plus maupun umroh nya.

2.) Facebook

Kemudian PT. Sela Express Tour melakukan promosi melalui facebook Sama seperti instragram promosi dengan cara memposting juga dilakukan di media facebook supaya lebih menyebar luas.

3.) Whatsap

Dalam mempromosikan produknya Selatour menggunakan media seperti whatsapp karena whatsapp ini merupakan salah satu aplikasi yang sangat banyak digunakan sebagai alat untuk menyampaikan informasi-informasi mengenai produk prduk baik itu haji plus maupun umroh.¹³

¹³ William J. Stanton, Prinsip Pemasaran, Alih Ahasa Wilhelmus W. Bokowatun, penerjemah Agustinus Wahyudi (Jakarta: Erlangga, 1991),h.5



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



4. Strategi Penjualan Secara Langsung

PT. Sela Express Tour mengupayakan untuk berkomunikasi secara langsung dengan calon pelanggan atau sasaran dengan maksud untuk menimbulkan tanggapan atau transaksi penjualan baik secara tatap muka ataupun alat telekomunikasi melalui telepon. Penjualan personal memungkinkan terjadinya umpan balik secara langsung dan lebih tepat karena dampak dari presentasi penjualan yang dilakukan dapat dinilai dari calon pembeli atau pelanggan. PT. Sela Express Tour melakukan promosi dengan metode ini dengan beberapa cara :

a. Brosur

Sela Express Tour menggunakan strategi promosi melalui brosur. Untuk memberikan sejumlah informasi data dan penawaran mengenai produk yang ditawarkan.¹⁴

Brosur yang dibagikan berisi tentang rincian harga paket umroh, jadwal perjalanan, persyaratan pendaftaran, dengan rincian tersebut, diharapkan mampu mempermudah calon jamaah dalam mendapatkan informasi. calon jamaah dapat mengetahui berbagai paket umroh.

b. Agen

PT. Sela Express Tour menggandeng para agen, ustadz, dan kyai untuk merekrut calon jamaahnya. karena biasanya jamaah mempercayakan ibadah umroh mereka kepada kyai melalui figur seorang ustadz atau kyai yang memiliki jamaah yang banyak, perusahaan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk yang ditawarkan menjadi lebih mudah. Dalam strategi inilah banyak jamaah yang tertarik untuk melaksanakan ibadah umroh menggunakan jasa dari PT. Sela Express Tour.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

2. Di larang memungut dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

¹⁴ Nur Rianto, *Dasar-dasar pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 169

¹⁴ Hasil wawancara dengan Rosmani selaku administrasi keuangan umum PT. Sela Express Tour pada tanggal 7 April 2019

c. Strategi pemberian pelayanan

Strategi dalam memberikan pelayanan adalah bagaimana agar konsumen mendapatkan kepuasaan dari pelayanan yang diberikan. Konsumen tidak tahu bagaimana proses yang terjadi, yang penting jasa yang dia terima harus memuaskan. setiap jasa penyelenggaraan travel sangat penting memberikan pelayanan terbaik agar calon jamaah mendapatkan kepuasan dalam semua segi bidang.¹⁵

Cirri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

a) Tersediannya karyawan yang baik

Kenyamanan jamaah sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya. karyawan harus rama kepada setiap calon jamaah yang datang di perusahaan, berbicara sopan dan menarik. disamping itu karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan dan memiliki kepintaran dalam bidangnya. karyawan harus mampu dan memikat calon jamaah sehingga jamaah semakin tertarik. demikian juga dengan cara kerja karyawan yang rapih, cepat dan cekatan.

b) Menyediakan sara dan prasana yang baik

Pada dasarnya jamaah ingin dilayani secara prima. untuk melayani jamaa, salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah kualitas dan kuantitas sumber daya adalah sara dan prasana yang dimiliki perusahaan. peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu untuk menerima tamu harus dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat jamaah nyaman.

c) Bertanggung jawab

Bertanggung jawab kepada setiap jamaah sejak awal hingga selesai. artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus bisa melayani dari awal sampai selesai. jamaah akan merasa

¹⁵ Ririn Tri Rantnasari, Mastuti H. Aksa, *Teori dan Kasus Manajemen Jasa*, Bogor. Graha Indonesia, 2016), 39



puas jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya

- d) Melayani secara cepat dan tepat
Artinya dalam melayani jamaah diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur.
- e) Mampu berkomunikasi
Karyawan harus mampu berbicara kepada jamaah. karyawan juga harus cepat memahami keinginan jamaah.
- f) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
Untuk menjadi karyawan dalam melayani jamaah harus mempunyai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi masalah jamaah atau kemampuan dalam bekerja akan mempercepat proses pekerjaan sesuai waktu yang diinginkan.
- g) Berusaha memahami kebutuhan jamaah
Harus cepat tanggap terhadap apa yang di inginkan jamaah
- h) Memberikan kepercayaan pada jamaah
Kepercayaan jamaah kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon jamaah mau menjadi jamaah di perusahaan yang bersangkutan.¹⁶

Dalam bentuk pembuatan strategi pemasaran yang bertitik pada pola perilaku konsumen sebagai acuannya. rencana strategi pemasaran merupakan rencana pemasaran jangka panjang yang bersifat menyeluruh dan strategis. yang merumuskan berbagai strategi program pokok dibidang pemasaran pada suatu jangka waktu tertentu dalam waktu jangka panjang dimasa depan.

Strategi pemasaran mampu menjawab, bagaimana kita akan memberikan nilai lebih untuk target pasar ini dibutuhkan dengan bauran strategi marketing mix (4p) dalam hal ini meliputi produk, harga, promosi, dan distribusi yang berkaitan dengan perilaku konsumen.

¹⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Erlangga, 1995) Edisi Ke-6 Jilid 2 h.107



Prilaku konsumen sebagai disiplin ilmu pemasaran sangat berguna karena salah satu alasan mengenai pentingnya pemasaran adalah perusahaan tidak hanya memproduksi produk lalu menjualnya untuk mendapatkan laba yang besar, tetapi perusahaan juga ingin agar konsumen menjadi royal terhadap perusahaan.

5. Konsep Pemasaran(Marketing)

Konsep pemasaran (*marketing concept*) merupakan falsafat perusahaan yang menyatakan bahwa pemasaran keinginan pembeli adalah syarat utama bagi kelangsungan hidup perusahaan. segala perusahaan dibidang produksi, teknik, keuangan dan pemasaran diarahkan pada usaha untuk mengetahui keinginan pembeli dan dan memuaskan keinginann tersebut dengan mendapatkan laba.

Pemasaran menjadi kegiatan sangat penting dalam dunia usaha. pada kondisi usaha seperti saat sekarang ini, pemasaran merupakan kegiatan pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai bagian pemasaran tentu mempunyai peran aktif sejak dimulainya proses produksi, semua kegiatan perusahaan untuk menghasilkan dan menjual barang didasarkan pada masalah pemasaran. Perusahaan yang menganut konsep pemasaran ini tidak hanya sekedar menjual barang saja, akan tetapi lebih dari itu, dimana perusahaan harus memperhatikan konsumen beserta kebutuhannya.

Pemasaran tidak lain sebagai suatu proses perpindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke konsumen. namun beberapa ahli memberikan beberapa definisi tentang pemasaran antara lain:

- a) Philip dan Duncan: pemasaran meliputi semua langkah yang digunakan atau dipergunakan untuk menempatkan barang-barang nyata ke tangan konsumen.
- b) WJ. Stanton: pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli baik yang ada maupun potensial.



- c) American Marketing Association: pemasaran kegiatan usaha niaga yang diarahkan pada arus aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen dengan demikian ruang lingkup pemasaran merupakan proses perpindahan barang bagi produsen ke konsumen, akan tetapi tidaklah sesederhana namanya, jangkauan pemasaran sangatlah luas.¹⁷

Konsep pemasaran pada dasarnya falsafah manajemen yang merupakan suatu landasan yang dipakai oleh pimpinan perusahaan dalam mensukseskan usahanya. pada konsep pemasaran konsumen mendapatkan tempat yang sangat penting. penentuan mengenai macam jenis serta warna dan kemampuan, spesifikasi produk yang dihasilkan bukan ditentukan oleh organisasi/perusahaan tetapi ditentukan oleh konsumen. Perusahaan membuat barang yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen sehingga konsumen merasa puas sehingga dari kepuasan konsumen inilah perusahaan mendapatkan keuntungan. sehingga langkah pertama yang actual dari konsumen. oleh karena itu, pelaksanaan konsep ini memerlukan

- a) Penyelidikan dan penemuan keinginan konsumen dan mengusahakan agar perusahaan dapat memenuhinya
- b) Pemikiran bahwa buatlah apa yang dapat dijual bukan mencoba menjual apa yang dapat dibuat
- c) Usaha untuk mencintai pembeli dan bukan produknya.

Pada prinsipnya ada beberapa dasar pemikiran yang digunakan dalam konsep pemasaran, yaitu:

- a) Para konsumen dapat dikelompokkan menjadi beberapa segmen pasar yang berbeda, yang tergantung pada kebutuhan dan keinginan mereka.
- b) Konsumen pada satu-satunya segmen pasar yang mana pun akan memilih penawaran dari perusahaan yang dianggap paling mampu memberikan kepuasan atas kebutuhan dan keinginan konsumen

¹⁷ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Communication*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019), 17 Miftahuddin, *Op.Cipt.*, 77 M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 26



- c) Tugas perusahaan adalah melakukan riset dan menentukan pasar yang menjadi sasarannya serta mengembangkan penawaran dan program pemasaran secara efektif sebagai kunci untuk menarik pembeli mempertahankannya sebagai langganan.

Tujuan penggunaan konsep pemasaran adalah mengubah orientasi falsafah manajemen pemasaran lain yang ternyata telah terbukti tidak berhasil mengatasi beberapa persoalan, karena adanya perubahan dalam cirri-ciri pasar dewasa ini cenderung berkembang. perubahan tersebut terjadi antara lain karena penambahan jumlah penduduk, penambahan daya beli, peningkatan dan meluas nya hubungan komunikasi, perkembangan teknologi, dan perubahan faktor lingkungan pasar.¹⁸

6. Menetapkan strategi yang sesuai

Strategi pemasaran dalam parktik merupakan cara yang digunakan untuk membantu dalam membuat dan menjual barang atau jasa yang sesuai dengan koordinasi perusahaan dan selera konsumen dituju. adapun strategi pemasaran yang umum dilakukan oleh perusahaan maupun lembaga yaitu:

a. Menembus pasar

Strategi ini bertujuan meningkatkan penjualan dan penawaran barang atau jasa kepada sasaran pembeli baik yang pernah menggunakan maupun yang belum menggunakan barang dan jasa dalam strategi ini memperoleh bangsa pasar yang lebih besar merupakan tujuan utama. startegi ini dapat dilakukan dengan beberapa cara, yakni:

- 1) Meningkatkan unit penjualan dengan menurunkan harga, membuat barang atau jasa yang lebih baik.
- 2) Menambah lokasi dan dan staf penjualan agar dapat menjangkau jumlah pembeli yang banyak.
- 3) Melakukan promosi penjualan, seperti memberikan hadiah, diskon dan lain-lain.

¹⁸ Sofjan Assauri, *MANAJEMEN PEMASARAN...*, h.85

Hendry Hartono, Karyana Hutomo, Marshelia Mayangsari, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Penigkatan Penjualan Pada Perusahaan*





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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- 4) Meningkatkan pengenalan merk dengan melakukan publisitas suasana yang hendak dicapai.
- b. Mengembangkan produk

Strategi ini mencakup perubahan barang atau jasa yang tetap menggunakan kombinasi cara produksi yang sama dengan cara produk yang lama. Strategi ini umumnya dilakukan untuk memprepanjang masa edar atau siklus hidup. Jika perusahaan mengetahui bahwa sasaran pembeli mulai bosan, perusahaan harus mengubah barang atau jasa yang ditawarkan.
- c. Menetapkan biaya murah

Strategi pemasaran ini mengenai biaya input yang rendah sehingga dapat menghasilkan barang atau jasa dengan harga yang murah. Akan tetapi hal ini bukan menurunkan kualitas barang atau jasa. Strategi ini dapat dilakukan dengan beberapa cara:

 - 1) Produk mahal dengan alat tepat guna
 - 2) Distribusi murah dengan menggunakan distribusi yang pendek dengan sistem pembayaran dengan syarat yang flexible.
 - 3) Memilih lokasi yang tepat, penerapan disiplin dalam kerja, dan menggunakan tenaga yang professional.
 - 4) Bahan baku dan input yang murah, dengan memangkas saluran yang panjang melakukan negosiasi, memperkuat modal, dan jaringan informasi yang kuat.¹⁹

7. Rekrutmen

Rekrutmen adalah proses mencari dan menarik calon pegawai atau karyawan yang qualifaid untuk pekerjaan dalam memberikan pelayanan umum (service) dan pelaksanaan pembangunan sesuai bidang kerja sebuah organisasi. Menurut Sondang Siagian dalam bukunya yang berjudul manajemen sumber daya manusia mengemukakan bahwa rekrutmen adalah proses mencari, menemukan, dan menari para calon peserta

¹⁹Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*, (Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 225.

anggota yang sesuai untuk rekrutmen oleh suatu organisasi untuk mengisi lowongan pekerjaan. Namun rekrutmen dalam travel haji dan umroh berbeda dengan merekrut pegawai atau karyawan, yang dimaksud disini adalah bagaimana cara rekrutmen calon jamaah haji dan umroh agar bisa masuk ataupun mendaftar dan ikut bimbingan di travel haji dan umroh tersebut. Dimana calon jamaah dan umroh tersebut bisa disebut dengan konsumen. Dalam penelitian ini, strategi rekrutmen yang dimaksud adalah rencana cermat yang dilakukan oleh pengurus travel haji dan umroh dalam rangka mencari dan rekrutmen calon jamaah haji dan umroh.

8. Tujuan Rekrutmen

Tujuan pertama dari rekrutmen adalah untuk mendapatkan orang yang tepat bagi suatu jabatan tertentu, sehingga orang tersebut mampu bekerja secara optimal. Semakin banyak calon yang berhasil dikumpulkan maka akan semakin baik karena kemungkinan untuk mendapatkan calon terbaik adalah menerima pelamar sebanyak-banyaknya sesuai dengan kebutuhan organisasi dari berbagai sumber sehingga akan terjaring calon dengan kualitas yang terbaik.

Kesalahan dalam memilih orang yang tepat sangat besar dampaknya bagi perusahaan atau organisasi. Hal tersebut bukan saja karena proses rekrutmen itu sendiri telah menyita waktu, biaya dan tenaga, tetapi juga karena menerima orang yang salah untuk suatu jabatan akan berdampak pada efisiensi, produktivitas, dan dapat merusak moral kerja pegawai yang bersangkutan dengan orang-orang disekitarnya.

Menurut Henry Simamora rekrutmen memiliki beberapa tujuan antara lain:

- a. Untuk memikat sebagian besar pelamar kerja sehingga organisasi akan mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk melakukan pemilihan terhadap calon-calon pekerja yang dianggap memenuhi standar kualifikasi organisasi.





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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- b. Tujuan paska pengangkatan adalah penghasilan karyawan-karyawan yang merupakan pelaksana yang baik dan akan tetap bersama dengan perusahaan sampai jangka waktu yang masuk akal.
- c. Meningkatkan citra umum organisasi, sehingga para pelamar yang gagal mempunyai kesan-kesan positif terhadap organisasi dan perusahaan.

9. Proses Rekrutmen

Merekrut merupakan proses menarik orang-orang pada waktu yang tepat, dalam jumlah yang cukup, dan dengan persyaratan yang layak untuk melamar sebagai anggota dalam suatu organisasi maupun lembaga. adapun dalam proses rekrutmen meliputi beberapa poin penting sebagai berikut.²⁰

a. Penyusunan strategi untuk merekrut

Dalam penyusunan strategi ini, peran dapertermen sumber daya manusia bertanggung jawab dalam menentukan kualifikasi-kualifikasi pekerjaan, bagaimana calon jamaah direkrut.²¹

b. Pencarian pelamar-pelamar calon anggota

Banyak atau sedikitnya pelamar dipengaruhi usaha oleh dari pihak perekrut untuk menginformasikan pelowongan, salah satu caranya adalah dengan membina hubungan yang baik dengan perusahaan penyelenggara haji lain nya.

c. Penyaringan atau penyisihan pelamar-pelamar yang tidak cocok

Didalam proses ini memerlukan perhatian besar khususnya untuk membendung kulifikasi karena alasan yang tidak tepat, sesuai dengan criteria dan kebutuhan dari organisasi maupun lembaga

10. Haji dan umroh

a. Pengertian Haji dan Umroh

Kata haji berasal dari kata al-hajj yang artinya menuju tempat tertentu. Dalam kamus bahasa Indonesia haji adalah rukun islam yang ke lima, kewajiban ibadah yang dilakukan oleh orang islam.²²

²⁰ *Ibid*

²¹ R.Wayne Mondy, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi ke 10 Jilid I, (Jakarta, Erlangga, 2008), h.137

Yang mampu dengan mengunjungi ka'bah di mesjidil haram pada bulan haji dan mengamalkan amalan-amalan haji (Ihram, Tawaf, Sa'I, dan Wukuf). Menurut sabiq, haji adalah perjalanan menuju mekkah dengan tujuan untuk melaksanakan thowaf, sa'I wukuf (bermalaman) di arafah dan beberapa ibadah yang lain sebagai bentuk pemenuhan atas perintah allah SWT. Dari beberapa pendapat yang ada tentang pengertian haji, dapat dipahami bahwa, ibadah haji adalah berkunjung ke baitullah (ka'bah) untuk melakukan beberapa amalan, antara lain: wukuf, tawaf, sa'I dan amalan lainnya pada masa tertentu, demi memenuhi panggilan allah swt dan mengharapkan ridhonya. Ibadah Haji diwajibkan Allah kepada kaum muslimin yang telah mencukupi syarat syaratnya ibadah haji hanya sekali seumur hidup. Selanjutnya baik yang kedua atau seterusnya hukumnya sunnah, akan tetapi bagi mereka yang bernazar (berkaul) haji, menjadiwajibbaginya.

Adapun pengertian haji dan umroh berpergian dari kata I'tamara yang berarti berziarah, yakni menziarahi ka'bah dan bertawaf di sekelilingnya, kemudian bersa'I antara safa dan marwah, serta mencukur rambut (tahhalul) tanpa wukuf di arafah.

b. Macam-Macam Haji dan Umroh

Macam-macam haji ada 3 macam haji, yakni:

- 1.) Haji tamattu, yaitu mengerjakan umroh terlebih dahulu baru mengerjakan haji.
- 2.) Haji ifrad, mengerjakan haji terlebih dahulu baru mengerjakan umroh dan diselingi tahallul.
- 3.) Haji Qiran, yaitu mengerjakan haji bersama sama tanpa diselingi tahallul.

Adapun umroh itu sendiri terbagi dua, yaitu umroh wajib dan umroh sunnah.

²²Iwan Gayuh, Buku Pintar Haji Dan Umroh, (Jakarta: Pustaka Warga Negara, 1999), hlm.29



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- 1) Umroh wajib, umroh yang pertama kali dilaksanakan disebut juga umratul islam dan umroh sunat dan juga umroh yang dilaksanakan karena nazar.
 - 2) Umroh sunat yang dilaksanakan setelah umroh wajib baik yang kedua kali dan seterusnya dan bukan karena nazar.
- c. Syarat, Rukun Haji Dan Umroh

Syarat haji dan umroh pada dasarnya sama tidak ada perbedaan antara haji dan umroh. syarat tersebut ialah ketentuan- ketentuan yang harus dimiliki oleh seseorang untuk melaksanakan ibadah haji dan umroh. Syarat haji dan umroh adalah :

- 1.) Beragama islam
- 2.) Baliqh(dewasa)
- 3.) Aqil(berakal sehat)
- 4.) Orang merdeka
- 5.) Istitha'ah(mampu).²³

Rukun haji adalah rangkaian amalan yang harus dilakukan dalam ibadah haji dan tidak dapat diganti dengan yang lain walaupun dengan Dam, jika ditinggalkan maka tidak sah hajinya. rukun haji yaitu:

- 1) Ihram(niat)
- 2) Wukuf di arafa
- 3) Sa'i
- 4) Cukur
- 5) Tertib

Rukun umroh adalah

- 1) Ihram
- 2) Thawaf umroh
- 3) Sa'i
- 4) Bercukur untul tahallul

²³Iwan Gayuh, *Buku Pintar Haji Dan Umroh*, (Jakarta: Pustaka Warga Negara ,1999) hlm.29

H.Syaiful Alim, Lc. *Menuju Umrah dan Haji Mabru*, (Yogyakarta: Laksana, 2018), 222-57
H.Syaiful Alim, Lc. *Menuju Umrah dan Haji Mabru*, (Yogyakarta: Laksana, 2018), 229



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Rasmir Riau

d. Wajib Haji dan Umroh

Adalah rangkaian amalan yang harus dikerjakan dalam ibadah haji, bila tidak sah hajinya akan tetapi harus membayar dam, berdosa jika sengaja meninggalkan dengan tidak ada uzur syar'I . Syarat wajib mengerjakan haji yaitu:

- 1.) Ihram yakni niat berhaji dari miqat
- 2.) Mabit di muzdalifah
- 3.) Mabit di mina
- 4.) Melontar Jamrah Ula, Wustha Aqabah
- 5.) Tawaf wada'(bagi yang akan meninggalkan mekkah)

Dalam buku tuntunan praktis manasik haji dan umroh yang dikeluarkan oleh kementrian agama RI, umroh ialah berkunjung ke baitullah untuk melakukan tawaf, Sa'I dan bercukur demi mengharap ridha Allah SWT. Hukum umroh itu sendiri adalah wajib sekali seumur hidup.umroh dilakukan dengan niat berihram dari miqat, kemudian tawaf sa'I dan di akhiri dengan memotong rambut (tahallul umroh) dan dilaksanakan dengan berurutan (tertib). Umroh dapat dilaksanakan kapan saja, kecuali ada beberapa waktu yang dimakruhkan melaksanakan umroh bagi jamaah haji, yaitu pada saat jamaah haji wukuf dipadang arafah pada hari arafah, hari nahar (10 dzhulhijjah) dan hari-hari tasyriq.

B. Kajian Terdahulu

Untuk membandingkan dengan penelitian lain dan sekaligus penelitian ini kedalam tempatnya secara tersendiri, maka penelitian telah mengadakan penelusuran terhadap penelitian penelitian yang pernah dilakukan dan masih berkaitan dengan penelitian ini, dan hal ini, dilakukan agar dapat di ketahui bahwa penelitian ini tidak sama dengan peneliti peneliti yang lain.²⁴ Kajian relevan adalah suatu penelitian terdahulu, yang dipandang relevan dengan judul yang akan diteliti oleh penulis saat ini, pentingnya memuat penelitian

²⁴ H.Edi Mulyo Dan Harun Abu Rofi'ie,Panduan Praktis dan Terlengkap Ibadah Haji dan Umroh (Jakarta:Safira,2013),hlm.16-17

yang relevan yakni untuk menghindari terjadinya pengulangan penelitian pada permasalahan yang sama. Adapun penelitian yang terdahulu yang menurut penulis relevan dengan judul penelitian yang akan dilakukan penulis saat ini adalah:

- 1) Penelitian yang dilakukan Angraini Frista Pratiwi Hatta, dengan judul skripsi “Manajemen travel haji dan umroh dalam merekrut jamaah di PT. Aliyah Perdana Wisata” Uin aludin Makasar, pada tahun 2015, pada tulisannya beliau membahas dan memfokuskan tujuannya pada mengetahui realitas pendaftaran jamaah haji di PT. Aliyah Perdana Wisata, mengetahui pengelolaan dalam merekrut jamaah serta mengetahui pendukung dan penghambat dalam perekrutan jamaah di PT. Aliyah Perdana Wisata.
- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Arief Dwi Susanto. “strategi pemasaran produk umroh dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah pada PT. Paramuda Travel Ciputat”. pada tahun 2017, di kampus UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. dalam penelitian ini disimpulkan bahwa PT. Paramuda Travel menggunakan strategi marketing mix. untuk mengembangkan produk umroh. dari semua komponen yang terdapat didalam marketing mix tersebut sangat berpengaruh besar bagi perusahaan karena strategi yang dilakukan tersebut adalah dengan mengikuti sebuah pamesarn yang dilaksanakan di convesien center Jakarta, menggunakan media internet, membagikan brosur, serta memperbanyak jaringan. Strategi marketing mix yang dilakukan begitu sangat berpengaruh besar terhadap meningkatnya jumlah jamaah. hal tersebut dapat dilihat dengan pertumbuhan jumlah jamaah disetiap bulannya. pemasaran dari penelitian diatas dengan penelitian ini terletak pada penelitian yang kualitatif, dan teknik pengumpulan data. perbedaan penelitian diatas dengan penelitian ini terletak pada variabel dan lokasi penelitian.
- 3) Penelitian yang dilakukan oleh Octania Gracella, “Strategi Pemasaran PT. Mudaris Mandiri Wisata dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah



Umroh di Pekanbaru” beliau membahas dan menfokuskan mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan. PT Mundaris Mandiri Wisata dalam meningkatkan jumlah jamaahnya.berbeda dari penelitian yang dilakukan octania grasella, penelitian yang dibuat penulis ini mengenai tentang bagaimana strategi marketing yang digunakan travel haji PT.Sela Tour Express Pekanbaru ini dalam merekrut jamaah. Sehingga setiap pemberangkatanya mengalami perkembangan.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan uraian ringkas tentang teori yang digunakan dan cara menggunakan teori tersebut dalam menjawab pertanyaan penelitian. Untuk melihat manajemen travel haji dalam merekrut jamaah di pt. selatour pekanbaru .maka penulis merapkan dan mengemukakan kerangka pikir dengan menjawab pertanyaan penelitian

Dalam mempengaruhi, mengajak, menghimbau, dakwah) terhadap orang lain. kerangka berfikir disebut juga kerangka konseptual. kerangka pikir merupakan uraian atau pernyataan mengenai kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan. didalam kerangka berfikir terdapat pula model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi dalam masalah yang penting.

Dalam hal ini membahas tentang bagaimana strategi marketing travel haji dan umroh dalam merekrut jamaah di PT.Sela Express Tour Pekanbaru. pesaing yang ketat menjadikan PT. ini sangat memerlukan strategi demi perkembangan perusahaanya sehingga setiap pemberangkatannya mengalami perkembangan setiap taunnya.

Ada beberapa strategi yang digunakan untuk dapat merekrut jama'ah haji dan umroh yaitu:

Dengan bauran strategi pemasaran (marketing mix)

- a) Strategi penawaran Produk
- b) Strategi penentuan Harga
- c) Strategi distribusi



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



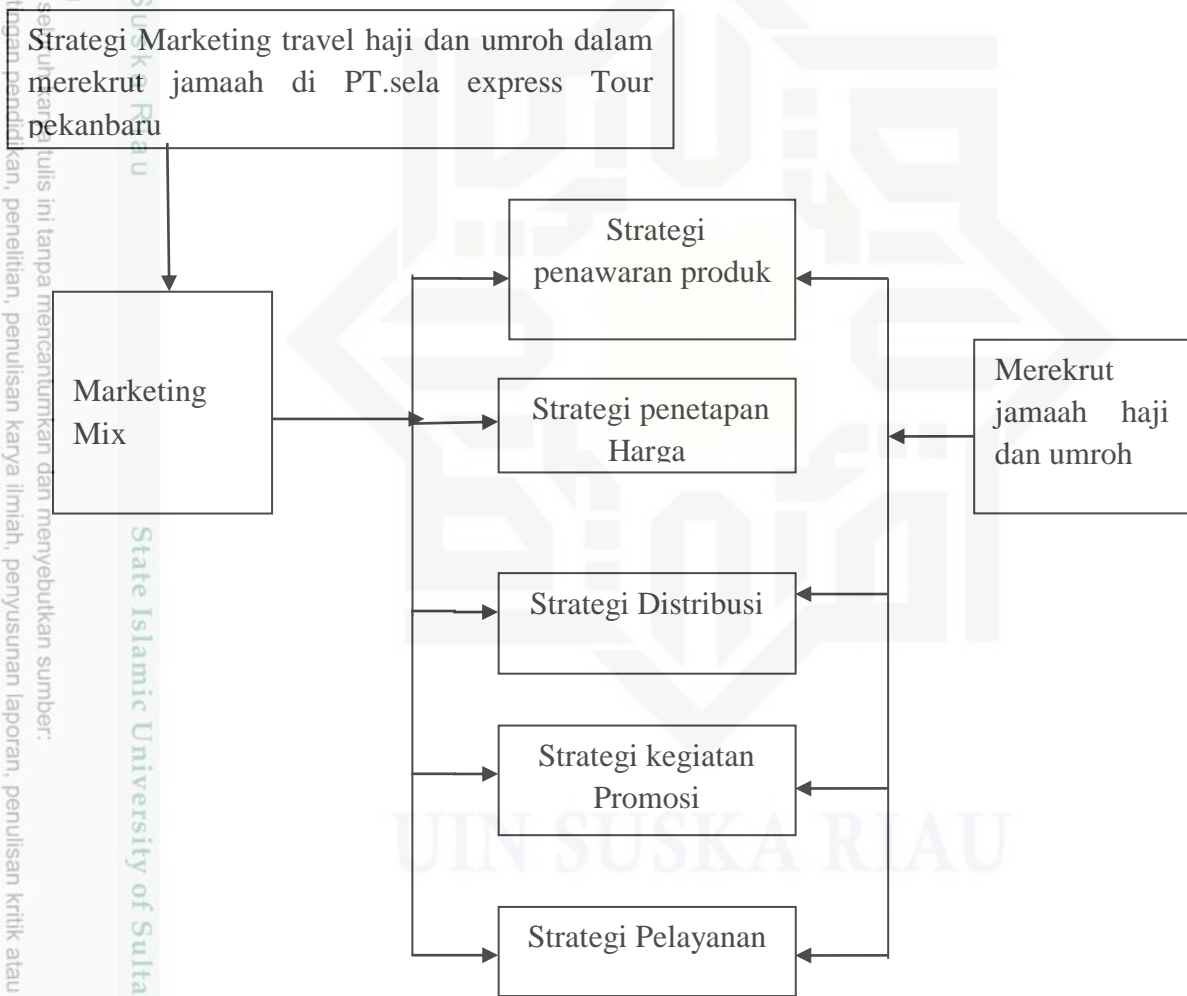
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan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

- d) Strategi Promosi
- e) Strategi pemberi Pelayanan.²⁵

PT.Sela Express Tour ini dalam menjalankan strategi marketing travel haji dan umroh dalam merekrut jamaah selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi jamaah.

Dasar penelitian ini adanya kerangka konseptual yang menjelaskan startegi marketing dalam merekrut jamaah di PT.Sela Express Tour

Kerangka pikir penelitian ini dapat dilihat dari bagan sebagai berikut:



²⁵ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2013), 80
 Yasril Yazid, Dkk, *Metodelogi Penelitian*, (Pekanbaru: Unri Press, 2009), 5

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu suatu penelitian kontekstual yang menjadikan manusia sebagai instrumen, dan disesuaikan dengansituasi yang wajar dalam kaitannya dengan pengumpulan data yang padaumumnya bersifat kualitatif. Metode kualitatif ini merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dan prilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan kondisi dan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampel bahkan populasi atau sampel sangat terbatas. Jika data sudah terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan kondisi dan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya, karena yang ditekankan adalah kualitas data.

B. Lokasi dan waktu penelitian

1. Lokasi penelitian dilakukan di PT.Sela Express Tour Pekanbaru (Selatour) Jl. Soekarno Hatta.
2. Waktu penelitian 14 juni 2021

C. Sumber Data

- a. Data primer yaitu data yang penulis peroleh dari hasil wawancara dengan narasumber, yakni dengan melakukan wawancara secara langsung dengan pimpinan di PT Selatour Pekanbaru.
- b. Data sekunder yaitu yang diperoleh dari referensi yang berkaitan melalui laporan laporan, buku buku, dan dokumen dokumen, yang terkait dengan permasalahan penelitian.



D. Informant Penelitian

Informant penelitian merupakan alat bantu dalam mengumpulkan data. Pengumpulan data pada prinsipnya merupakan suatu aktivitas yang bersifat operasional agar tindakannya sesuai dengan pengertian penelitian yang sebenarnya cukup valid dan akurat. Tolak ukur keberhasilan penelitian juga tergantung pada instrument yang digunakan. Dalam penelitian ini terdapat dua informant diantaranya:

1. Informant kunci, yaitu orang-orang yang sangat memahami permasalahan yang akan diteliti, adapun informant yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pimpinan PT. Sela Express Tour
2. Informant non kunci, yaitu orang yang dianggap mengetahui permasalahan yang diteliti yaitu adalah staff dan pegawai yang ikut ambil dalam mengembangkan PT. Sela Express Tour berdasarkan posisi jabatan informant berkaitan langsung dengan penelitian ini. Pada penelitian ini yang menjadi informant adalah:
 - a. Dwiki Abdul Haris : administrasi umroh & ticketing
 - b. H. Mainanda Efda Putr, SE : administrasi haji

E. Teknik Pengumpulan Data

Alamat penelitian ini, calon peneliti berencana menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diselidiki. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, direncanakan, dan dicatat secara sistematis dapat dikontrol keandalan (Reabilitas) dan kesahihannya (validitasnya).²⁶

Metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang gambaran umum mengenai PT. Selatour, selain itu juga untuk

²⁶ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Cet. VIII; Jakarta: PT. Bumi Aksar, 2007), h. 70

mengetahui penerapan pengorganisasian perencanaan dalam upaya mengembangkan PT. Selatour metode dalam penelitian yang bertujuan mengumpulkan keterangan secara lisan.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara yaitu suatu metode dalam penelitian yang bertujuan mengumpulkan keterangan secara lisan dari seorang responden secara langsung atau bertatap muka untuk menggali informasi dari responden.

3. Dokumentasi

Data-data pendukung lain melalui dokumen-dokumen penting, seperti dokumen lembaga yaitu diteliti. disamping itu foto maupun sumber tertulis lainnya yang mendukung juga digunakan untuk penelitian.²⁷

F. Validasi Data

Setelah penelitian dilakukan validasi data atau menguji kebahasaan data yaitu dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi data. triangulasi data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang menalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (dengan sumber data yang lainnya) sebagai pembanding terhadap data itu. dalam penelitian ini penulisan menggunakan data dengan observasi yaitu membandingkan hasil wawancara dengan observasi dilapangan agar dapat lebih akurat sesuai informasi validasi yang didapat oleh penulis.²⁸

Dalam penelitian kualitatif validitas data dalam bidang ini diartikan sebagai “ketepatan” alat, proses dan data. Apakah pertanyaan penelitian memperoleh hasil yang diinginkan, pemilihan metodologi sesuai untuk menjawab pertanyaan penelitian kesesuaian sampling dan analisi data, dan akhirnya hasil dari kesimpulan berlaku. Uji validitas dan reliabilitas pada

²⁷Husaini Usma, Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Cet. I; Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), h. 52

²⁸Awito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Cet. I; Yogyakarta: PT Lkis Yogyakarta, 2008), h. 89



penelitian kualitatif digunakan metode triangulasi. metode triangulasi selain digunakan uji validitas dan realibitas, juga untuk mengumpulkan data. triangulasi terdiri atas tiga jenis

yaitu triangulasi waktu, metode, dan sumber. triangulasi waktu, data yang diperoleh dari informan sama dengan waktu yang berbeda misalnya pagi hari dan sore hasilnya sama. begitu juga dengan triangulasi metode dan sumber. jadi metode ini ialah memastikan apakah data yang diperoleh sama atau tidak contohnya hasil observasi, wawancara dan dokumentasi apakah mempunyai data yang sama atau tidak. sehingga mendapatkan data yang akurat. untuk penelitian ini dapat melakukannya dengan jalan.

1. Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan
2. Mengecek dengan berbagai sumber data
3. Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan dapat dilakukan.

G. Teknik Analisis Data.

Analisa data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi. Pada hakikatnya analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan mengkategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan focus atau masalah yang ingin dijawab. melalui serangkaian aktivitas tersebut, data kualitatif yang biasanya berserakan dan bertumpuk tumpuk bisa disederhanakan untuk akhirnya bisa dipahami dengan mudah. Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif ini analisis data yang terbaik dilakukan sejak awal penelitian (ongoing). peneliti tidak boleh menunggu data lengkap terkumpul dan kemudian menganalisisnya. jadi teknik analisis data ini ialah menganalisa sebuah data dari awal penelitian hingga akhir penelitian sehingga didapatkan hasil dari penelitian tersebut dan diperolehnya kesimpulan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah PT.Sela Express Tour Pekanbaru (Selatour)

PT.Sela Express Tour atau disebut selatour merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perjalanan jasa travel umroh dan haji khusus.PT.Sela Express tour berdiri pada tahun 2002 yang mana pada awalnya sela tour bernama muna tour, namun seiring dengan perkembangannya berubah menjadi PT.Sela Express Tour.selatour didirikan oleh bapak H.yunamarsa Mathure dan ibuk Hj.Darhelmiwati, dan sudah beroperasi selama 18 tahun, yang mana pada awalnya perusahaan ini bekerja sama dan menumpang dengan travel lain.usaha ini kemudian tumbuh dan berkembang, hingga ratusan jamaah berhasil diberangkatkan dalam setiap tahun.kemudian seiringnya berkembang selatour adalah salahsatu perusahaan yang mendapatkan izin penyelenggaraan ibadah haji khusus dan umroh dari kementrian agama.Sejalan dengan perkembangannya , PT Selatour memiliki kantor pusat di JL.Soekarno Hatta No.IB.Kota Pekanbaru, dan telah memiliki cabang diberbagai daerah seperti, Jakarta, banda aceh, padang payakumbuh, dan bukit tinggi.Perusahaan ini bukan satu satunya atau yang pertama dalam bidang travel umroh dan haji khusus. Yang membedakan dengan lainnya adalah selatour travel haji dan umroh yang sangat disiplin dalam pelaksanaanya sesuai sunnah serta menyelenggarakan kajian sunnah/majelis ilmu syar'I selama umroh.

PT.Sela express tour adalah salah satu dari sekian banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang penyelenggaraan ibadah haji khusus dan umroh.khusus disini dapat diartikan sebagai pemberian perhatian lebih kepada para jamaah, selatour memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik kepada jamaah ketika masih ditanah air maupun di arab Saudi.sehingga para jamaah nyaman dan dapat mepercayakan perjalanan ibadah haji dan umroh pada PT.Selatour.



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

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PT.Sela Express Tour sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan ibadah haji dan umroh mempunyai komitmen menjalankan ibadah sesuai sunnah dengan pembimbing yang berpengalaman, dan memberikan fasilitas yang berkualitas serta professional.²⁹

B. Logo Perusahaan

Selatour
 Travel Sunnah
 Umroh & Haji Khusus

C. Profil PT.Sela Express Tour

Adapun profil PT.Sela Express Tour sebagai berikut:

Nama Perusahaan/Company : PT.Sela Express Tour

Nama Penanggung Jawab : H.Yunamarsayah Mathure, B.E

Alamat Perusahaan : JL.Soekarno Hatta Ruko No.07 Lt.2 Kel.Maharatu,
 Kec.Marpoyan Damai, Pekanbaru, Riau.

Phone : (0761)7040557

Fax : (0761)589964

Email : selatourpku@yahoo.com

Website : www.selatour.com

Instragram : selatour.pekanbaru

Nomor Izin : PHU/HK.3183/IX/2011

D. Visi Misi dan Kelebihan PT.Selatour

Dalam hal pencapaian suatu tujuan dilakukan suatu perencanaan dan tindakan nyata untuk dapat mewujudkannya, diimana visi dan miss perusahaan PT.Selatour adalah sebagai berikut:

1. Visi

- a) Menjadikan penyelenggaraan haji khusus dan umroh dengan pelayanan prima dan memberikan pendidikan serta pengembangan dakwah sunnah

²⁹Hasil Wawancara dengan bang Hendra Sikumbang selaku Keluarga Owner pada tanggal 15 Juli 2021 jam 13.10 WIB di PT. Sela Express Tour.



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Surran Yarif Kasim Riau

dibidang haji dan umroh dengan bimbingan ibadah sesuai Al-Qur'an dan sunnah.

- b) Memberikan pelayanan tour dan travel dengan kualitas pelayanan terbaik yang dapat memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya dengan mengutamakan kepuasan jamaah.
2. Misi Menjadikan pilihan utama bagi masyarakat untuk melaksanakan ibadah haji dan umroh sesuai sunnah dengan berperan aktif dalam pengembangan dakwah untuk mencapai haji dan umroh yang mabrur.³⁰
3. Kelebihan

Selatour adalah travel haji dan umroh resmi berizin dari kementerian agama.

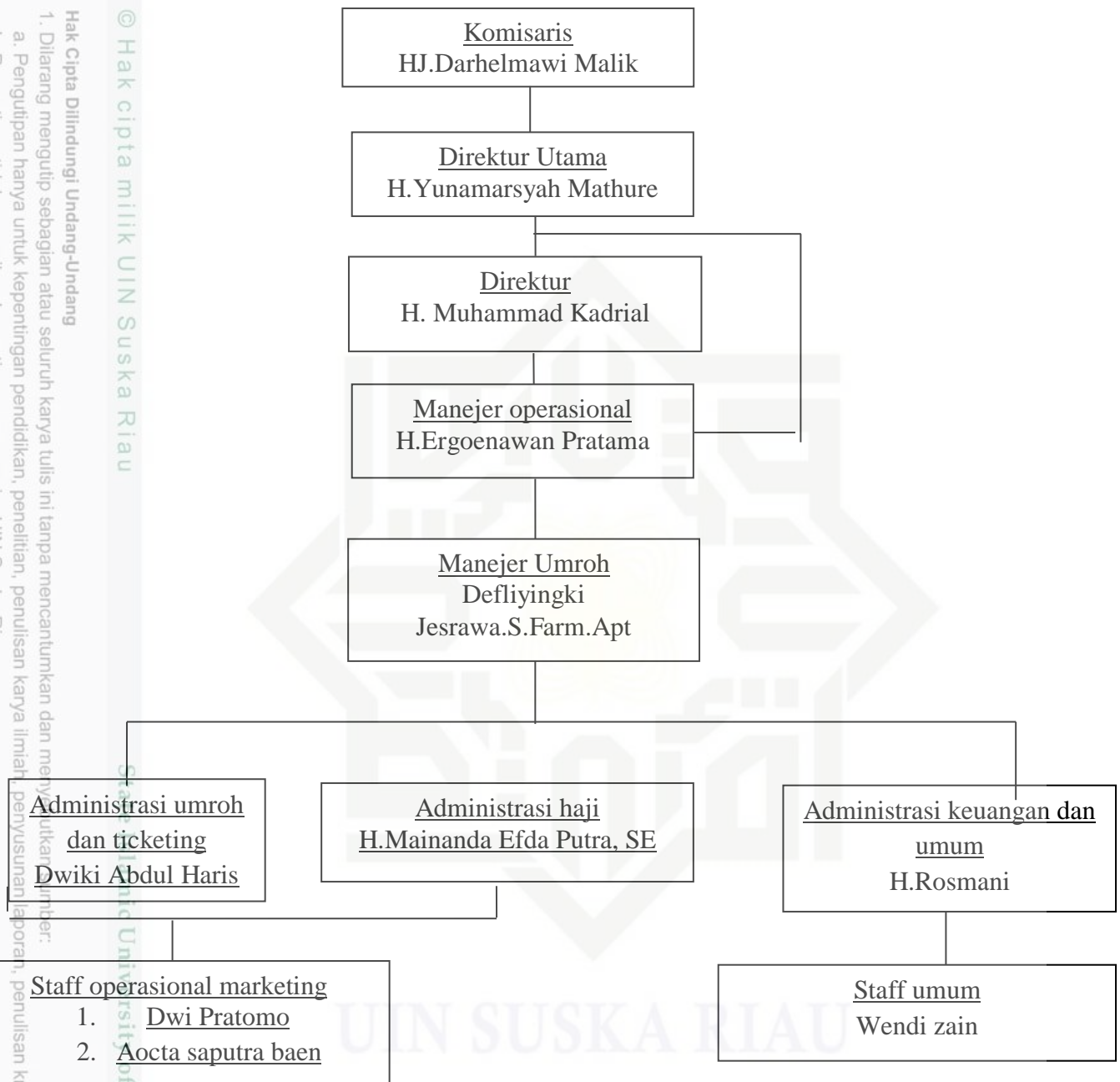
- 1) Insya allah pesawat Saudi airline atau maskapay lainnya dengan rute pekanbaru-jakarta langsung madinah, sehingga tidak ada jalan darat dari Jeddah ke madinah yang biasanya menyita waktu 6 jam perjalanan dengan bus.
- 2) Insya allah selalu berangkat sesuai jadwal dan tidak ada tambahan biaya lainya, semua biaya sudah termasuk dalam paket.
- 3) Setiap rombongan dibimbing sejak manasik sampai kembali ketanah air oleh ustadz yang mengikuti sunnah.
- 4) Selama umroh mengikuti kajian sunnah/majelis ilmu syar'i
- 5) Pelayanan datang ke alamat untuk memberikan penjelasan
- 6) Dikelolah oleh manajemen professional dan kekeluargaan dan insya allah amanah.

E. Struktur Organisasi PT.Sela Express Tour Pekanbaru

Hal terpenting dalam menyusun dalam menyusun struktur organisasi yang baik adalah kejelasan tugas, tanggung jawab, dan wewenang masing-masing unit kerja yang jelas serta hubungan koordinasi masing-masing bagian atau unit kerja dan antar bagian yang harus jelas. PT Selatour telah menentukan struktur organisasinya sebagaimana terlihat pada bagian struktur berikut:

³⁰ <http://daftartravelhajiumroh.blogspot.com/2017/01/pt-sela-express-tour-travel-umroh-haji-riau.html>

Struktur organisasi PT.Sela Express Tour Pekanbaru



Berdasarkan gambar di atas, secara singkat mengenai tugas dan wewenang dari masing-masing bagian yang terdapat dalam struktur organisasi adalah

1. Komisaris

Merupakan jabatan tertinggi dalam perusahaan dan bisa juga sebagai pemilik perusahaan/pemilik saham, bekerjasama dengan direksi dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Struktur Organisasi UIN Suska Riau

bertanggung jawab atas kemajuan perusahaan serta membawahi bawahan secara efektif. Tanggung jawab

- a. Mengawasi jalannya perusahaan secara berkala, serta mempunyai kewajiban untuk mengevaluasi tentang hasil yang diperoleh perusahaan.
- b. Menentukan siapa yang menjadi direktur
- c. Menyetujui planning yang akan diajukan oleh direktur
- d. Memberikan masukan-masukan yang berguna bagi perusahaan.

2. Direktur utama

Tugas direktur utama perusahaan adalah sebagai koordinasi, komunikator, pengambil keputusan, pemimpin, pengelola dan eksekutor dalam menjalankan dan memimpin perusahaan perseroan terbatas. Adapun tugas dan wewenang direktur utama adalah sebagai berikut:

- a. Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan
- b. Bertanggung jawab atas kerugian yang dihadapi perusahaan termasuk juga keuntungan perusahaan
- c. Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan.

3. Direktur

Dalam perusahaan direktur adalah orang yang berhak atas segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan. tugas-tugas direktur antara lain sebagai berikut:

- a. Menentukan dan mengkoordinasikan serta mengawasi semua kegiatan perusahaan
- b. Mengadakan hubungan relasi
- c. Menyampaikan laporan kepada pemegang saham





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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

d. Meningkatkan performance perusahaan³¹

4. Menejer operasional

Adapun tugas menejer operasional dalam perusahaan yang bertanggung jawab untuk memastikan organisasi berjalan sebaik mungkin dalam memberikan pelayanan dan memenuhi harapan para pelanggan. tugas-tugas manajer operasional antara lain:

- a. Mengelola dan meningkatkan efektifitas dan efisiensi operasi perusahaan
- b. Mengawasi produksi barang atau penyedia jasa (perusahaan jasa)
- c. Mengawasi persediaan, distribusi, barang dan tata letak fasilitas operasional
- d. Meningkatkan operasional

5. Manejer umroh

- a. Bertanggung jawab penuh dengan defisi umroh
- b. Menyiapkan program umroh
- c. Membut kontak dengan agen arab Saudi
- d. Penyusunan birokrasi dengan instansi terkait

6. Ticketing

- a. Bertanggung jawab atas segala sesuat yang berhubungan dengan tiket seperti dengan mengecek status ketersediaan tiket maskapai
- b. Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berhubungan dengan pengurusan jadwal perjalanan konsumen jumlah peserta serta mengecek status ketersediaan kamar hotel yang dituju jamaah
- c. Melakukan pemesanan tiket terhadap maskapai penerbangan

7. Administrasi keuangan

Adapun tugas administrasi keuangan adalah pada perusahaan adalah menyusun anggaran belanja, menentukan sumber biaya serta penggunaannya dan membuat pembukuan tentang semua hal yang berkaitan dengan proses pembiayaan dan pengeluaran keuangan agar penggunaan biaya dapat efektif dan efisien.

³¹Dokumentasi PT.Sela Express Tour Pekanbaru



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

8. Administrasi umroh & ticketing

Tugas dari administrasi umroh adalah mengatur semua tentang prosedur pendaftaran calon jamaah, serta biaya keberangkatan calon jamaah umroh

9. Administrasi haji

Mengatur semua tentang prosedur pendaftaran calon jamaah, serta biaya keberangkatan calon jamaah haji khusus

10. Staff operasional & marketing

Tugas staff operasional dan marketing adalah bertanggung jawab untuk membantu seluruh aktifitas kegiatan operasional perusahaan dan memasarkan paket-paket haji plus dan umroh

11. Staff umum

Tugas staff umum adalah menyiapkan segala perlengkapan haji dan umroh seperti:

- a. Koper, tas sandang, tas jinjing
- b. Kain ihram, mukena, jilbab
- c. Pakaian seragam
- d. Buku manasik
- e. Bimbingan manasik teori & praktek
- f. Pesawatnya menggunakan sriwijaya dan Saudi airlines.

F. Aktifitas PT. Sela Express Tour

Aktifitas disini menyangkut proses menyiapkan paket-paket baik paket umroh maupun paket haji plus.

1) Umroh ³²

Kata lain dari umroh adalah haji kecil, yang waktu pelaksanaannya bisa kapanpun selain waktu bulan haji, paket umroh yang ditawarkan PT.Sela Express Tour terdiri dari beberapa paket dua paket antara lain:

- a. Haji
- b. umroh

³²Brosur PT.Sela Express Tour

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

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan tentang strategi marketing travel haji dan umroh dalam merekrut jamaah di PT.Sela Express Tour Pekanbaru .dapat disimpulkan bahwa strategimarketing sangat penting bagi sebuah organisasi, lembaga maupun perusahaan.untuk mengembangkan perusahaanya, jika sebuah perusahaan tidak melakukan strategi marketing maka menyebabkan perusahaan tersebut bangkrut dan bahkan mengalami kegagalan. strategi marketing bisa dilakukan dengan dua cara yaitu penjualan langsung dan penjualan tidak langsung.

Penjualan Secara LangsungPT. Sela Express Tour mengupayakan untuk berkomunikasi secara langsung dengan calon pelanggan atau sasaran dengan maksud untuk menimbulkan tanggapan atau transaksi penjualan baik secara tatap muka ataupun alat telekomunikasi melalui telepon. Penjualan personal memungkinkan terjadinya umpan balik secara langsung dan lebih tepat karena dampak dari presentasi penjualan yang dilakukan dapat dinilai dari calon pembeli atau pelanggan.penjualan langsung dengan menggunakan agen dan brosurStrategi penjualan tidak langsung(berbasis online)

PT. Sela Express Tour dalam mempromosikan produknya yaitu dengan menggunakan media “instragram”dimana dengan instragram tersebut dapat memposting produk-produknya, produk haji maupun umroh nya.Kemudian PT. Sela Express Tour melakukan promosi melalui facebook Sama seperti instragram promosi dengan cara memposting juga dilakukan di media facebook supaya lebih menyebar luas.Dalam mempromosikan produknya Selatour menggunakan media seperti whatsapp karena whatsapp ini merupakan salah satu aplikasi yang sangat banyak digunakan sebagai alat untuk menyampaikan informasi-informasi mengenai produk prduk baik itu haji plus maupun umroh.



B. Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan kepada PT. Selatour Pekanbaru yaitu:

1. PT.Sela Expres Tour tetap mempertahankan strategi dalam pelayanan yang digunakan demi menjaga perkembangan perusahaan.
2. Lebih rajin dalam mempromosikan paket ibadah umroh yang di miliki PT.tersebut dengan strategi marketing promosi melalui media sosial seperti whatsapp, instragram, dan media sosial lainnya.
3. Kepada jamaah agar senantiasa menunggu keputusan dari kementrian agama terkait keberangkatan ke tanah suci.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Thib Raya. 2003. *Menyelami selut-beluk ibadah dalam Islam*. Jakarta : Prenada Media
- Aufiq Kamil. 2002. *Dirjen Bimas Islam dan Penyelenggaraan haji*. Jakarta: Media Indonesia
- Akdon. 2014. *Strategic Manajement For Educational Manajement*. Bandung :Alfabeta
- Ahmad Abd Majdi. 2005. *Seluk Beluk Ibadah Haji dan Umrah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Alim, Lc. H.Syaiful.2018.*Menuju Umrah dan Haji Mabruur*, Yogyakarta:Laksana
- Arifin, H.Ir, Agus.2009.*Peta Perjalanan Haji dan Umrah(Panduan lengkap dan praktis menjalankan ibadah haji dan umrah sejak dari rumah hingga kembali lagi*, Jakarta :PT Elex Media Komputindo kompas Gramedia
- Ahmad Thib Raya. 2003. *Menyelami selut-beluk ibadah dalam Islam*. Jakarta : Prenada Media
- Aufiq Kamil. 2002. *Dirjen Bimas Islam dan Penyelenggaraan haji*. Jakarta: Media Indonesia
- Akdon. 2014. *Strategic Manajement For Educational Manajement*. Bandung :Alfabeta
- Ahmad Abd Majdi. 2005. *Seluk Beluk Ibadah Haji dan Umrah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Cholid Narbuk. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT. Bumi Aksar
- Nur Rianto. 2010. *Dasar-dasar pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Resvi Juni. 2016. *Strategi PT.Muhibba Mulia Wisata Dalam menarik minat calon jamaah haji dan umroh kota pekanbaru*
- Sella Oktavia. 2015. *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Studi Kasus PT. Arminareka Perdana Cabang Semarang*
- Sella Oktavia.2015.*Implementasi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Studi Kasus PT. Arminareka Perdana Cabang Semarang*

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



- Freddy Rangkuti.2019.*Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Communication*, Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama
- M.Mursid.2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta:Bumi Aksara
- Husaini Usma Purnomo Setiady Akbar. 2008 *Metodologi Penelitian Sosial* Jakarta:PT. Bumi Aksara
- Awito.2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif* Yogyakarta: PT Lkis
- Ririn Tri Rantnasari.2016.*Teori dan Kasus Manajemen Jasa*, Bogor.Graha Indonesia
- Ririn Tri Rantnasari.2016.*Teori dan Kasus Manajemen Jasa*, Bogor.Graha Indonesia
- H.Syaiful Alim Lc, 2018, *Menuju Umrah dan Haji Mabruur*, Yogyakarta:Laksana
- Imam Gunawan.2013.*Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT.Bumi Aksara
- Yasril Yazid.Dkk.2009 *Metodelogi Penelitian*, Pekanbaru:Unri Press
- H.Edi Mulyo.2013.*Panduan Praktis dan Terlengkap Ibadah Haji danUmroh*, Jakarta:Safira
- Freddy Rangkuti.2019.*Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated* Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama
- M.Mursid.2015.*Manajemen Pemasaran*, Jakarta:Bumi Aksara
- Nur Rianto. 2010. *Dasar-dasar pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Resvi Juni. 2016. *Strategi PT.Muhibba Mulia Wisata Dalam menarik minat calon jamaah haji dan umroh kota pekanbaru*
- Sella Oktavia. 2015. *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Studi Kasus PT. Arminareka Perdana Cabang Semarang*
- Ririn Tri Rantnasari.2016.*Teori dan Kasus Manajemen Jasa*, Bogor.Graha Indonesia
- Iwan Gayuh, 1999, *Buku Pintar Haji Dan Umroh*, Jakarta:Pustaka Warga Negara
- H.Syaiful Alim Lc, 2018, *Menuju Umrah dan Haji Mabruur*, Yogyakarta:Laksana
- Kementerian Agama RI Direktorat Jenderal.2013.*Penyelenggaraan Haji dan Umroh* Jakarta, Tuntunan Manasik Haji dan Umroh



UIN SUSKA RIAU

STRATEGI MARKETING TRAVEL HAJI DAN UMROH DALAM MEREKRUT JAMAAH

PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Reka Chania

Nim : 11744202688

Jurusan : Manajemen Dakwah

Pekerjaan : Mahasiswi

- A. Strategi marketing travel haji dan umroh dalam merekrut jamaah di PT.Sela Express Tour Pekanbaru
- 1) Apa saja strategi yang di gunakan travel ini dalam merekrut jamaah..?
 - 2) Bagaimana strategi penawaran produk nya..?
 - 3) apa saja produk yang ditawarkan..?
 - 4) Bagaimanakah strategi penawaran harga travel ini..?
 - 5) Bagaimana sistem pembayarannya..?
 - 6) Bagaimana strategi pelayanan yang diberikan kepada jamaah..?
 - 7) Apa yang membedakan travel ini dengan travel lain...?
 - 8) Bagiaman strategi promosi nya..?
 - 9) Startegi promosi yang sering digunakan dalam masa pandemic ini
 - 10) Media apa saja yang di pakai dalam kegiatan promosi berbasis online..?
 - 11) Dan strategi apa saja yang digunakan saat promosi langsung..?
 - 12) bagaimanakah respon jamaah tentang pelayanan yang diberikan.?
 - 13) apakah setiap tahunnya ada perkembangan dalam.? memberangkatkan jamah

DOKUMENTASI



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

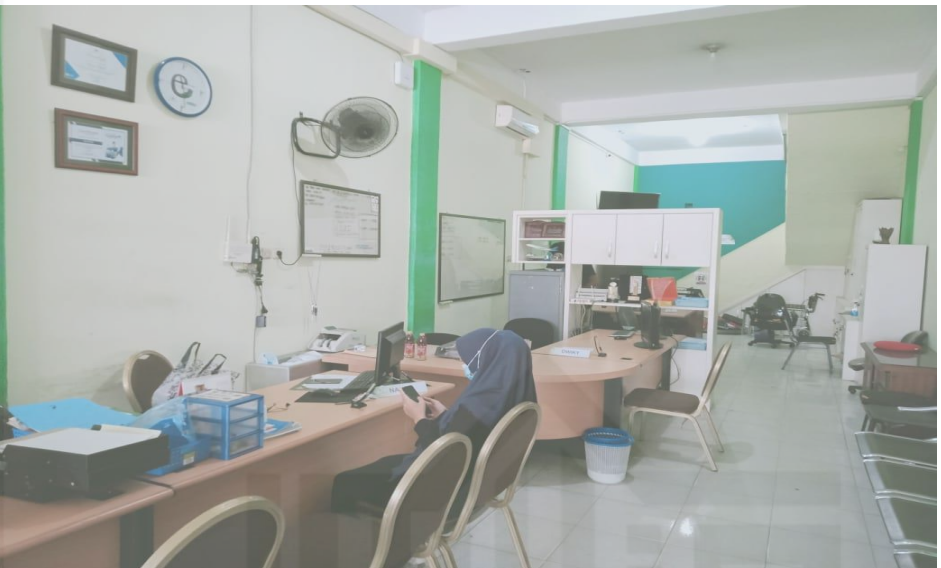
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



UIN SUSKA RIAU



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



UIN SUSKA RIAU

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

BIOGRAFI PENULIS



Reka Chania, dilahirkan di Desa Teluk Meranti, Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan lahir pada tanggal 21 Agustus 1997. Anak pertama dari lima bersaudara ini adalah putri pasangan bapak Syamsir dan ibu Ratna Wilis. Dan saat ini penulis tinggal didesa Pulau Muda Kecamatan Teluk Meranti penulis menempuh pendidikan mulai dari SD Negeri 007 Teluk Meranti, dan tamat pada tahun 2011, melanjutkan ke SMP Pulau Muda dan tamat pada tahun 2014 kemudian menyelesaikan pendidikan Pondok Pesantren Hidayatul Ma'arifiyah Pangkalan Kerinci Kbpupaten Pelalawan tamat pada tahun 2017. Pada tahun 2017 penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri, tepatnya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada Program Studi Manajemen Dakwah Strata (S1) pada tahun 2021.

Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi yang positif dalam dunia pendidikan, akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“STRATEGI MARKETING TRAVEL HAJI DAN UMROH DALAMMEREKRUT JAMA’AH DI PT. SELA EXPRESS TOUR PEKANBARU”**