



<b>NOMOR SKRIPSI</b>
<b>4627/MD-D/SD-S1/2022</b>

**STRATEGI PROMOSI PT. PENJURU WISATA NEGERI  
DALAM MENINGKATKAN JAMAAH HAJI DAN UMROH DI  
PEKANBARU**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh :

**ADHATUL MUHAMMAD FIKRI**  
**NIM.11744102742**

**PROGRAM STRATA 1 (S1)**

**PRODI MANAJEMEN DAKWAH**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**PEKANBARU**

**2021**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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



**PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI**

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

Nama : Adhatul Muhammad Fikri  
 Nim : 11744102742  
 Program Studi : Manajemen Dakwah  
 Judul Skripsi : **Strategi Promosi PT. Penjuru Wisata Negeri Pada Masa Covid-19 Dalam Meningkatkan Jamaah Haji dan Umroh di Pekanbaru**

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

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

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Pekanbaru, 10 November 2021  
 Pembimbing

**Zulkarnain, M. Ag**  
 NIP. 19710212 200312 1 002

Mengetahui  
 Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

**Khairuddin, M. Ag**  
 NIP. 19720817 200910 1 002

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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





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

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.H. Soebarto KM.15 No. 155 "Tah Madani" Tanjung - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
 Fax. 0761-562052 Web: www.uin-suska.ac.id, E-mail: uin-sq@pekanbaru-indo.net.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 : ADHATUL MUHAMMAD FIKRI  
 NIM : 11744102742  
 Judul : STRATEGI PROMOSI PT. PENJURU WISATA NEGERI DALAM  
 MENINGKATKAN JAMA'AH HAJI DAN UMROH DI PEKANBARU

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Tim Penguji  
 Tanggal : Senin  
 20 Desember 2021

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



Tim Penguji

Ketua Penguji I

Dr. Masduki, M.Ag  
 NIP. 19710612199803 1 003

Penguji III

Dr. Masril Yazid, MS  
 NIP. 19720429 200501 1 004

Sekretaris Penguji II

Khairuddin, M.Ag  
 NIP. 19720817 200910 1 002

Penguji IV

Dr. Drs. H. Syahril Ramli, M.Ag  
 NIP. 19570611 198803 1 001

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.





- 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 : ADHATUL MUHAMMAD FIKRI  
NIM : 11744102742  
Tempat/Tgl. Lahir : Selat Panjang 28-03-1999  
Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Prodi : Manajemen Dakwah

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

STRATEGI PROMOSI PT. PENJURU WISATA NEGERI  
DALAM MENINGKATKAN JAMA'AH HAJI DAN UMRAH  
DI 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, .....

Saya membuat pernyataan



ADHATUL MUHAMMAD FIKRI

NIM : 11744102742

\* pilih salah satu sesuai jenis karya tulis



UIN SUSKA RIAU

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

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Ujian Komprehensif

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
**UIN Suska Riau**  
di Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan proposal skripsi sebagaimana mestinya terhadap Saudara :

Nama : Adhatul Muhammad Fikri  
NIM : 11744102742  
Program Studi : Manajemen Dakwah  
Judul Skripsi : **Strategi Promosi PT. Penjurur Wisata Negeri Pada Masa Covid-19 Dalam Meningkatkan Jamaah Haji dan Umroh di Pekanbaru**

Kami berpendapat bahwa mahasiswa tersebut dapat mengikuti Ujian Komprehensif sebagai salah satu syarat untuk mengikuti Ujian Munaqasyah.

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

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Pekanbaru, 10 November 2021

Pembimbing

Zulkarnain, M. Ag

NIP. 19710212200312 1 002

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

Khairuddin, M. Ag

NIP. 19720817 200910 1 002

UIN SUSKA RIAU





## ABSTRAK

**Nama : Adhatul Muhammad Fikri**  
**Prodi : Manajemen Dakwah**  
**Judul : Strategi Promosi PT. Penjuru Wisata Negeri Pada Masa Covid-19 Dalam Meningkatkan Jamaah Haji Dan Umroh Di Pekanbaru.**

Biro perjalanan Ibadah Haji dan Umroh sangat tergantung pada strategi promosi yang dilakukan oleh setiap perusahaan. Dalam bisnis tak selamanya penjualan mengalami kenaikan, pasti juga akan mengalami penurunan dalam penjualan. Maka setiap biro perjalanan Haji dan Umroh harus bisa menarik kembali minat para jamaah dengan cara-cara dan strategi yang ampuh untuk mendongkrak kembali seperti sebelum pandemi Covid-19 terjadi. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana Strategi Promosi PT. Penjuru Wisata Negeri dalam Meningkatkan Jamaah Haji dan Umroh Pada Masa Covid-19 di Kota Pekanbaru. Informan penelitian ini berjumlah lima (5) orang. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi serta dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Strategi Promosi yang dilakukan PT. Penjuru Wisata Negeri Pada Masa Covid-19 Dalam Meningkatkan Jamaah Haji Dan Umroh Di Pekanbaru memperhatikan lima (5) unsur bauran promosi yang dilakukan dengan *Advertising (iklan)* yang dimana pihak perusahaan menggunakan media social dan media cetak. *Salles promotion* dengan mengadakan pameran penjualan secara display di beberapa tempat, serta menyebarkan brosur yang berisikan informasi tentang produk dan fasilitas yang ditawarkan. *Public Relation* dilakukan dengan mengenalkan nama PT. Penjuru Wisata Negeri kepada masyarakat luas. *Personal selling* yaitu berhubungan langsung dengan masyarakat. *Direct marketing* yaitu melakukan penjualan langsung dan komunikasi secara langsung tanpa dibantu oleh pihak lain sebagai perantaranya.

**Kata Kunci : Strategi, Promosi, Haji dan Umrah, Covid-19.**

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



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

## ABSTRAK

**Name** : Adhatul Muhammad Fikri  
**Study Program** : Da'wah Management  
**Title** : **Promotion Strategy of PT. Head of State Tourism During the Covid-19 Period In Increasing Hajj And Umrah Pilgrims In Pekanbaru.**

Hajj and Umrah travel agencies are very dependent on the promotional strategies carried out by each company. In business, sales do not always increase, there will also be a decrease in sales. So every Hajj and Umrah travel agency must be able to attract back the interest of the pilgrims with effective ways and strategies to push it back to what it was before the Covid-19 pandemic occurred. Thus this study aims to examine how the Promotion Strategy of PT. Head of State Tourism in Increasing Hajj and Umrah Pilgrims During the Covid-19 Period in Pekanbaru City. The informants of this research were five (5) people. Data were collected through interviews, observations, and documentation and were analyzed using qualitative descriptive methods. Based on the results of the study, it can be concluded that the Promotion Strategy carried out by PT. Heads of State Tourism During the Covid-19 Period In Increasing Hajj and Umrah Pilgrims in Pekanbaru, pay attention to five (5) elements of the promotional mix carried out with *Advertising (advertising)* in which the company uses social media and print media. *promotion* Salesby holding display sales exhibitions in several places, as well as distributing brochures containing information about the products and facilities offered. *Public Relations* is done by introducing the name of PT. Head of State Tourism to the wider community. *Personal selling* is dealing directly with the community. *Direct marketing* is conducting direct sales and direct communication without being assisted by other parties as intermediaries.

**Keywords:** *Strategy, Promotion, Hajj and Umrah, Covid-19.*



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, atas rahmat taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“STRATEGI PROMOSI PT.PENJURU WISATA NEGERI PADA MASA COVID-19 DALAM MENINGKATKANJAMAAH HAJI DAN UMROH DI PEKANBARU”**. Shalawat serta salam tetap terlimpahkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umat-Nya kearah yang benar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis ucapkan kepada :

1. Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Dr. Masduki, M.Ag, Dr. Toni Hartono, S.Ag, M.Si dan Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Khairuddin, M.Ag dan Muhlasin, S.Ag., M.Pd.I selaku Ketua Prodi dan Sekretaris Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Zulkarnain, M.Ag selaku pembimbing yang telah memberikan motivasi dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ayahanda Nurifin dan Ibunda terkasih Dra. Sumini dan juga buat saudara serta saudari kandung penulis, Risky Kurniawan, S.T dan Dwi Musliha Putri, Amd. Kep, S.Km. Semoga semua senantiasa dalam lindungan Allah SWT. Terima kasih untuk seluruh keluarga besarku atas dorongan dan motivasi baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S1 ini.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
7. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
  8. Bapak Samsul Bahri Samin selaku ketua Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru, memberikan kemudahan kepada penulis dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
  9. Untuk Yessy Agustry, S.Sos. Terimakasih karena selalu ada, selalu mendukung, memberikan motivasi, selalu mendengarkan keluh kesah penulis dan selalu membantu penulis dari awal pembuatan hingga selesainya skripsi ini.
  10. Sahabat-sahabat penulis Riyanda Tri Handika, Adey Fajri, Ilham Sidik Permana, Dara Mita Lani, Fery Gunawan, Kevin Denza Wijaya, Ahmad Sandi, Siti Rukhmana, Dio Abu Fairus, Nurhadi, Muhammad Nurkholis dan yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih selalu memberikan dukungan dan saran kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
  11. Teman-teman penulis dari A-Z yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih selalu ada dan memberikan dukungan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sebagai perbaikan dimasa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. *Amin Ya Robbal 'Alamin.*

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pekanbaru, 9 Desember 2021

**ADHATUL M FIKRI**

NIM. 11744102440



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACK</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A.    Latar Belakang Masalah.....	1
B.    Penegasan Istilah .....	4
C.    Rumusan Masalah .....	7
D.    Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
E.    Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II   KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR</b>	
A.    Kerangka Teori.....	10
B.    Kajian Terdahulu.....	22
C.    Kerangka Berfikir.....	25
<b>BAB III  METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A.    Jenis Penelitian.....	26
B.    Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
C.    Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	26
D.    Informan Penelitian .....	27
E.    Teknik Pengumpulan Data.....	27
F.    Validitas Data.....	28
G.    Teknik Analisis Data.....	29
<b>BAB IV  GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
A.    Sejarah AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri.....	30
B.    Profil AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri .....	30
C.    Kantor Area AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri.....	31
D.    Visi dan Misi AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri.....	32
E.    Struktur PT. Penjuru Wisata Negeri.....	33
F.    Media Publikasi dan Informasi .....	36



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**BAB V HASIL PENELITIAN**

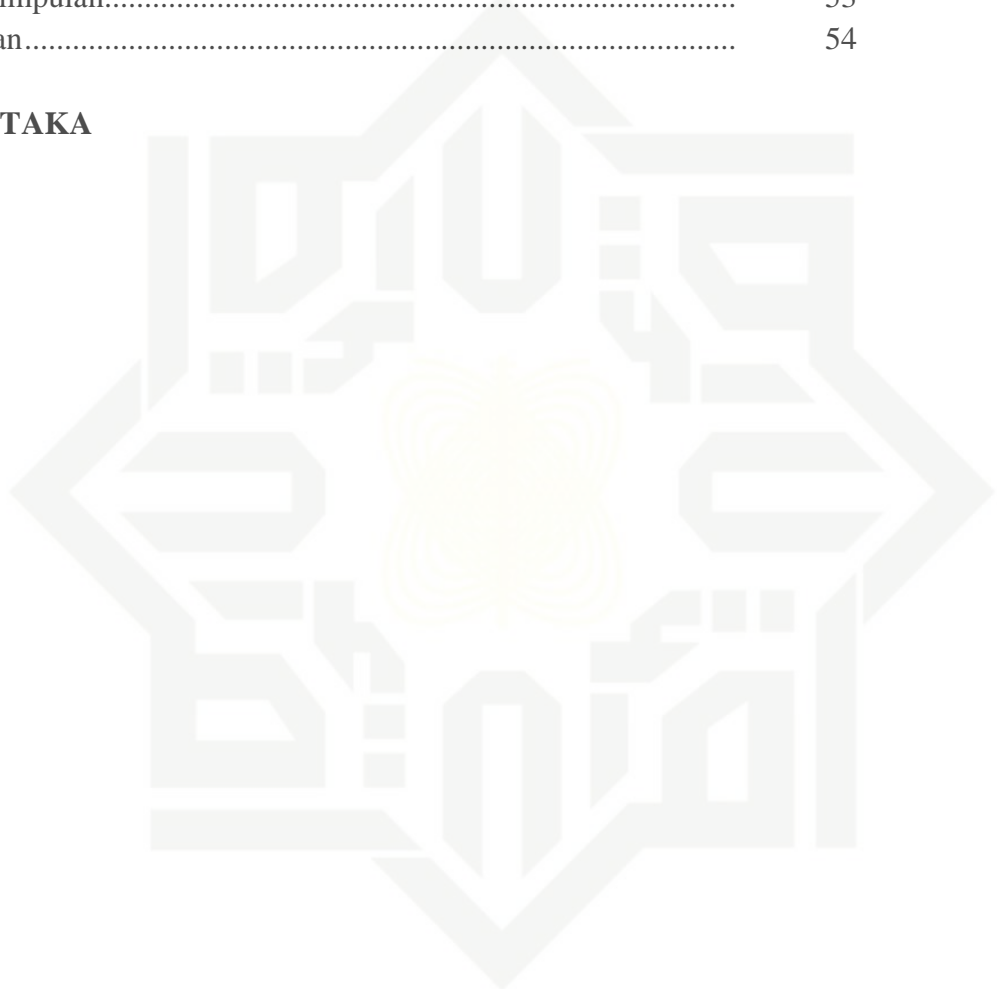
A.	Hasil Penelitian .....	37
B.	Pembahasan penelitian .....	46

**BAB VI PENUTUP**

A.	Kesimpulan.....	53
B.	Saran.....	54

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



UIN SUSKA RIAU

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Strategi promosi merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan. Untuk menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, menuntut setiap perusahaan meningkatkan promosi produknya kepada konsumen. Salah satu cara yang dilakukan agar produk yang di tawarkan perusahaan dapat dikenal konsumen, maka perlu dilakukan strategi pelaksanaan promosi yang tepat. Strategi pelaksanaan promosi merupakan langkah-langkah yang secara berurutan dari awal sampai akhir dalam proses mempromosikan suatu produk.<sup>1</sup>

Pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi.<sup>2</sup> Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen. Perusahaan harus secara penuh tanggung jawab tentang kepuasan produk yang ditawarkan tersebut. Dengan demikian, maka segala aktivitas perusahaan, harusnya diarahkan untuk dapat memuaskan konsumen yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba.

Jamaah yaitu kelompok kaum mukminin, dan mereka adalah pendahulu umat dari kalangan para sahabat, tabi'in dan orang-orang yang mengikuti jejak kebaikan mereka sampai hari kiamat. Dimana mereka berkumpul berdasarkan Al-Quran dan As-Sunnah dan mereka berjalan sesuai dengan jalan Rasulullah SAW secara lahir maupun batin.

Ibadah haji dan umroh merupakan salah satu ibadah murni yang diwajibkan atas setiap muslim yang mampu. Kewajiban ini merupakan rukun

<sup>1</sup> Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, Jakarta: Prenadamedia Group, Edisi 1, cet. Ke-1, 2016. 16-17

<sup>2</sup> McCarthy dan Perreault, *Intisari Pemasaran Sebuah Ancangan Manajerial Global*, Jakarta: Binarupa Aksara, Edisi 6. 125





#### 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

Islam yang kelima, karena haji dan umroh merupakan kewajiban, maka setiap orang yang mampu, apabila tidak melaksanakannya, ia berdosa, dan apabila dilakukan ia mendapatkan pahala.<sup>3</sup> Haji hanya diwajibkan sekali seumur hidup. Ini berarti bahwa apabila seseorang telah melakukan haji yang pertama, maka selesailah kewajibannya. Haji yang berikutnya merupakan haji yang sunnah. Haji menurut bahasa, ialah menuju ke suatu tempat berulang kali atau menuju kepada sesuatu yang dibesarkan (Ash Shiddieqy, 2002: 2). Sedangkan umrah menurut bahasa bermakna ziarah. Menurut istilah syara' umrah ialah menziarahi Ka'bah, melakukan tawaf di sekelilingnya, bersa'yu antara Shafa dan Marwah dan mencukur atau menggunting rambut. (Ash Shiddieqy, 2002: 13).

Untuk melaksanakan ibadah umroh atau haji tersebut tentu kita harus menggunakan jasa biro perjalanan umroh/travel. Karena itu biro perjalanan umroh berlomba-lomba untuk menarik minat masyarakat dengan berbagai promosi-promosi dan strategi-strategi yang menarik.

Setiap perusahaan, baik yang bergerak dibidang produk atau jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba operasional perusahaan. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Jika tujuan perusahaan itu tercapai maka kelangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang tetap mampu dipertahankan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Selama masa pandemic covid-19 ini seluruh travel umroh maupun haji di seluruh Indonesia di tutup karena tidak adanya keberangkatan ke tanah suci. Dan baru-baru ini terdengar berita bahwa keberangkatan ketanah suci baru saja dibuka dengan syarat-syarat tertentu. Karena sudah dibukanya keberangkatan tentu perusahaan dituntut kembali untuk melakukan persaingan guna merebut dan menguasai pangsa pasar dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, perusahaan

<sup>3</sup> Jurnal Humaniora dan Teknologi, *Haji dan Umrah*, Volume 4, Nomor 1, Oktober 2018.



#### 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.

memerlukan strategi yang tepat, terarah, dan terencana yang dapat mempertahankan posisi perusahaan. Dalam hal ini promosi salah satu komponen dari bauran pemasaran (marketing mix) yang berperan penting bagi perusahaan untuk dapat menarik konsumen atau pelanggan sebanyak mungkin dan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Disamping itu, perusahaan tidak dapat memperoleh keuntungan yang maksimal dalam penjualan produknya, jika tidak disertai dengan promosi yang tepat. Maka dari itu perusahaan harus mengetahui alat promosi apa yang paling tepat digunakan dari 5 unsur bauran promosi *Advertising* (periklanan), *Sales Promotion* (promosi penjualan), *Personal Selling* (penjualan perseorangan), *Public Relations* (hubungan masyarakat), *Direct Marketing* (penjualan langsung).<sup>4</sup> Agar biaya promosi yang dikeluarkan menjadi efektif dan efisien. Bauran promosi (*Promotion Mix*) yang digunakan oleh setiap perusahaan tidak sama, hal ini tergantung dari kondisi perusahaan. Kegiatan promosi hasilnya tidak dapat diperoleh secara langsung atau dengan kata lain efeknya tidak langsung kelihatan, tetapi dibutuhkan waktu sebelum terjadi penjualan. Semakin besar biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan promosi, maka diharapkan dapat meningkatkan jumlah konsumen dan akhirnya meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu, pelaksanaan kegiatan promosi bagi kebanyakan perusahaan merupakan sebuah proses yang terus menerus. PT. Penjuru Wisata Negeri merupakan sebuah perusahaan yang memberikan jasa untuk keberangkatan ke tanah suci yang berupa ibadah haji plus dan umroh.

Dalam bisnis tak selamanya penjualan mengalami kenaikan, pasti juga akan mengalami penurunan atau fluktuasi dalam penjualan. Terjadinya penurunan volume penjualan disebabkan karena adanya persaingan yang begitu ketat akibat munculnya beberapa perusahaan pesaing yang menawarkan produk yang sama, selain itu penggunaan strategi masih tergolong kurang tepat dalam memasarkan produk. Maka dari itu, perusahaan perlu menentukan

<sup>4</sup> Kotler, Amstrong. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1.( Jakarta: Erlangga, 2001). 98





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

strategi yang tepat khususnya dalam menetapkan alat promosi atau bauran promosi (*marketing mix*) yang dapat meningkatkan volume penjualan dan tentunya dapat mencapai target penjualan yang diharapkan oleh perusahaan. Dikarenakan Covid-19 dampak yang ditimbulkan bagi perusahaan biro perjalanan haji dan umroh sangat memprihatinkan dikarenakan jamaah umroh dan haji tidak bisa melaksanakan ibadah di makkah. Berdasarkan peraturan pemerintahan bahwasanya sudah diperbolehkan berangkat ke Mekkah maka travel biro harus bisa menarik kembali minat para jamaah dengan cara-cara dan strategi yang ampuh untuk mendongkrak kembali seperti sebelum pandemi covid terjadi.

Dalam konteks ini, peneliti ingin mengungkap terkait strategi promosi dalam meningkatkan jamaah pada masa covid 19. Salah satu faktor yang peneliti kemukakan adalah karena pada masa covid 19 masyarakat takut ingin berangkat dan berkurangnya minat ingin berangkat ke tanah suci. Untuk itu, agar peneliti dapat memahami lebih dalam dan dapat menjawab bagaimana strategi promosi PT. Penjuru Wisata Negeri dalam meningkatkan jamaah haji dan umroh pada masa covid 19 peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan ini ke dalam suatu karya Ilmiah dengan judul **“Strategi Promosi PT. Penjuru Wisata Negeri Dalam Meningkatkan Jamaah Haji dan Umroh di PEKANBARU”**

#### B. Penegasan Istilah

Dalam penelitian yang berjudul “Strategi Promosi PT. Penjuru Wisata Negeri Dalam Meningkatkan Jamaah Haji dan Umroh Pada Massa Covid 19 di Kota Pekanbaru ”. Penulis perlu mempertegas beberapa istilah dalam judul, terutama pada beberapa kata kunci yang penulis anggap penting. Dengan maksud, untuk menghindari terjadinya penyimpangan dan kesalahpahaman terhadap judul penelitian ini, maka penulis perlu memberikan penegasan pada istilah-istilah berikut:



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## 1. Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani yaitu *strategia* (*strategos*: melihat, *agic*: memimpin). Suatu siasat dalam menjalankan suatu tujuan tertentu atas prosedur yang mempunyai alternative pada berbagai langkah. Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.

Menurut Tjiptono Strategi adalah program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi. Dapat dipahami bahwa strategi merupakan sebuah siasat atau taktik yang disusun untuk mencapai suatu tujuan tertentu.<sup>5</sup>

## 2. Promosi

Promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran yang besar perannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.<sup>6</sup>

## 3. Jamaah

Jamaah secara bahasa diambil dari kata dasar *jama'a* artinya mengumpulkan sesuatu, dengan mendekati sebagian dengan sebagian lain. Dan kata tersebut berasal dari kata *ijtima'* (perkumpulan), yang merupakan lawan kata dari *tafarruq* yang artinya perceraian dan juga lawan kata dari *firqah* (perpecahan).

Pengertian jamaah secara istilah (terminologi), yaitu kelompok kaum mukminin, dan mereka adalah pendahulu umat dari kalangan para sahabat, *tabi'in* dan orang-orang yang mengikuti jejak kebaikan mereka sampai hari kiamat. Dimana mereka berkumpul berdasarkan Al-Quran dan As-Sunnah dan mereka berjalan sesuai dengan jalan Rasulullah SAW secara lahir maupun batin.

<sup>5</sup> Tjiptono, Fandy, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta : Andi, 2006). 3

<sup>6</sup> Ricky W. Griffin Dan Ronald J Ebert, *Bisnis Edisi Kedelapan Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2007) . 57



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

#### 4. Haji dan Umroh

Haji adalah rukun Islam yang kelima (kewajiban ibadat yang harus dilakukan oleh orang Islam yang mampu dengan mengunjungi Ka'bah pada bulan Haji dan mengamalkan amalan-amalan haji seperti ihram, tawaf, sai, wukuf, dan umrah).<sup>7</sup>

Haji adalah ziarah Islam tahunan ke Mekkah, kota suci umat Islam, dan kewajiban wajib bagi umat Islam yang harus dilakukan setidaknya sekali seumur hidup mereka oleh semua orang Muslim dewasa yang secara fisik dan finansial mampu melakukan perjalanan, dan dapat mendukung keluarga mereka selama ketidakhadiran mereka.

Umroh menurut bahasa bermakna “ziarah”. Menurut istilah *syara'*, umroh ialah menziarahi Ka'bah, melakukan tawaf di sekelilingnya, ber-sa'yu antara shafa dan marwah, dan mencukur atau menggunting rambut. Dalil yang dipegang as-Syafi'i dalam al-jaddid yang menetapkan, bahwasannya umroh suatu kefarduan.

#### C. Rumusan Masalah

Dari uraian yang dijelaskan pada latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana Strategi Promosi PT. Penjurur Wisata Negeri dalam Meningkatkan Jamaah Haji dan Umroh Pada Masa Covid 19 di Kota Pekanbaru.

#### D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

##### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah disebutkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana Strategi Promosi PT. Penjurur Wisata Negeri dalam Meningkatkan Jamaah Haji dan Umroh di Kota Pekanbaru.

##### 2. Kegunaan Penelitian

###### a. Kegunaan Teoritis

<sup>7</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional “*Kamus Besar Bahasa Indonesia*”, (Jakarta: Balai Pustaka, Edisi IV, 2008) 501-502.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- 1) Penelitian ini bertujuan sebagai bahan informasi ilmiah terkait dengan strategi promosi PT. Penjuru Wisata Negeri dalam meningkatkan jamaah haji dan umroh di Kota Pekanbaru. Sehingga dapat menjadi rujukan jika nantinya ada yang melakukan penelitian yang sama.
- 2) Memperkaya khasanah Ilmu Manajemen Dakwah, khususnya yang berhubungan dengan strategi promosi PT. Penjuru Wisata Negeri dalam meningkatkan jamaah haji dan umroh di Kota Pekanbaru.
- 3) Sebagai bahan bacaan bagi Prodi Manajemen Dakwah pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

#### b. Kegunaan Praktis

- 1) Hasil Penelitian ini untuk mahasiswa diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana strategi promosi PT. Penjuru Wisata Negeri dalam meningkatkan jamaah haji dan umroh di Kota Pekanbaru.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengkajian dan pembelajaran pada Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- 3) Sebagai syarat menyelesaikan perkuliahan program Sarjana Strata Satu (S1) dan sebagai syarat memenuhi gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan Manajemen Dakwah Konsentrasi Manajemen Lembaga Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

#### E. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut :





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini terdapat latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan serta sistematika penulisan.

**BAB II : KAJIAN TEORI DAN KONSEP OPERASIONAL**

Bab ini menguraikan kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian.

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM**

Pada bab ini penulis mengemukakan gambaran umum mengenai subjek dan objek penelitian, yaitu PT. Penjuru Wisata Negeri Kota Pekanbaru.

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis mengemukakan hasil penelitian dan pembahasan dari hasil wawancara yang telah dilakukan mengenai strategi promosi PT. Penjuru Wisata Negeri dalam meningkatkan jamaah haji dan umroh di pekanbaru.

**BAB VI : PENUTUP**

Pada bab ini penulis mengemukakan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran mengenai Strategi Promosi PT. Penjuru Wisata Negeri Dalam Meningkatkan Jamaah Haji dan Umroh di Kota Pekanbaru

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

#### A. Kerangka Teoritis

##### 1. Strategi

Strategi berasal dari kata dalam bahasa Inggris “strategic” yang mempunyai arti seni dan ilmu untuk merencanakan dan pengarahannya.<sup>8</sup> Dalam hal ini strategik dipahami bukan hanya sebagai cara untuk mencapai tujuan melainkan mencakup pula penentuan berbagai tujuan itu sendiri.

Strategi dipahami pula sebagai sebuah pola yang mencakup di dalamnya baik strategi yang direncanakan (*intended strategy dan deliberate strategy*) maupun strategi yang pada awalnya tidak dimaksudkan oleh perusahaan (*emerging strategy*) tetapi menjadi strategi yang dipertimbangkan bahkan dipilih oleh perusahaan untuk diimplementasikan (*realized strategy*).<sup>9</sup>

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu strategi yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi juga bisa diartikan suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>10</sup>

Rangkuti berpendapat bahwa strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>11</sup>

Untuk mengetahui lebih jelas mengenai pengertian strategi, penulis memaparkan pengertian strategi yang dikemukakan beberapa pakar diantaranya:

<sup>8</sup> Suryadi Prawirosentoso dan Dewi P, *Manajemen Strategik dan Pengambilan Keputusan Korporasi*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2014).

<sup>9</sup> Philip Kotler dan A. B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2001, 389-390.

<sup>10</sup> Tjiptono, Fandy, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta : Andi, 2006). 3

<sup>11</sup> Rangkuti, Freddy. *Riset Pemasaran*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013).183





## 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.

- a. Menurut A. Halim, strategi merupakan suatu cara di mana sebuah lembaga atau organisasi akan mencapai tujuannya sesuai peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta kemampuan internal dan sumber daya .
- b. Menurut Stainer dan Minner, strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi, dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.<sup>12</sup>
- c. Foster mendefinisikan strategi sebagai pertimbangan segala konsekuensi tindakan yang direncanakan dan bertindak menurut rencana itu, bukan tergoda untuk mencoba-coba sesuatu yang lain, yang tampak sebagai sebuah ide bagus.<sup>13</sup>
- d. Ali Moertopo, seorang tokoh Orde Baru mengartikan strategi sebagai hal-hal yang berkenaan dengan cara dan usaha menguasai dan menyalahgunakan sumber daya suatu masyarakat, suatu bangsa, untuk mencapai tujuannya.<sup>14</sup>

Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu :

- a. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain. Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan, dan mengkomunikasikan, tentang apa yang akan dikerjakan, oleh siapa, bagaimana pelaksanaan pengerjaannya, untuk siapa hal tersebut dikerjakan, dan mengapa hasil kinerjanya dapat bernilai. Untuk mengetahui, mengembangkan dan menilai alternatif-alternatif strategi, maka perlu dilihat sandingan yang cocok atau sesuai antara kapabilitas

<sup>12</sup> George Steinner dan John Minner, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: Erlangga, 2002), 51

<sup>13</sup> Timothy RV. Foster, *How to Be Better at Customer Care*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2001), 55

<sup>14</sup> Ali Moertopo dalam H. A Rosyad Sholeh, *Manajemen dakwah Muhammadiyah ( Mengimplementasikan Prinsip Manajerial dalam Meraih Kesuksesan Dakwah )*, ( Yogyakarta: Suara Muhammadiyah, 2010 ), 34



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

organisasi dengan faktor lingkungan, di mana kapabilitas tersebut akan digunakan.

- b. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
- c. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- d. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang. Khususnya sumber dana dan sumber-sumber daya lain yang diolah atau digunakan, yang penting dihasilkannya sumber-sumber daya nyata, tidak hanya pendapatan, tetapi juga reputasi, komitmen karyawan, identitas merek dan sumber daya yang tidak berwujud lainnya.
- e. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan. Strategi harus menyiapkan keputusan yang sesuai dan sangat penting bagi upaya untuk pencapaian maksud dan tujuan organisasi.
- f. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu. Proses yang terus-menerus berjalan bagi penemuan maksud dan tujuan untuk menciptakan dan menggunakan sumber sumber daya, serta mengarahkan aktivitas pendukungnya.<sup>15</sup>

Implementasi strategi (*strategy implementation*), yaitu proses manajemen mewujudkan strategi dan kebijakan dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur.

- a. Program, yaitu pernyataan aktivitas atau langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan perencanaan sekali pakai. Program melibatkan restrukturasi perusahaan, perubahan budaya internal perusahaan atau awal dari usaha penelitian baru.
- b. Anggaran, yaitu program yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang, setiap program akan dinyatakan secara terperinci dalam biaya yang

<sup>15</sup> Sofjan Assauri, *Strategic Management : Sustainable Competitive Advantages*, (Jakarta : Rajaawali Pers, 2013). 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat digunakan oleh manajemen untuk merencanakan dan mengendalikan. Sekaligus menentukan laporan keuangan proforma yang menunjukkan pengaruh yang diharapkan dari kondisi keuangan perusahaan.

- c. Prosedur atau standard operating procedures (SOP), yaitu sistem langkah-langkah atau teknik-teknik yang berurutan menggambarkan secara terperinci cara suatu tugas atau pekerjaan diselesaikan bagian dari program-program perusahaan.
- d. Evaluasi dan kontrol, yaitu membandingkan antara kinerja perusahaan dengan hasil yang diharapkan perusahaan. Kinerja adalah hasil akhir dari suatu aktivitas.<sup>16</sup>

## 2. Promosi

### a. Pengertian Promosi

Dalam mengelola suatu sistem komunikasi pemasaran memerlukan suatu rancangan strategi dan program-program penjualan yang efektif dan efisien. Promosi penjualan merupakan unsur kunci dalam kampanye perusahaan dan promosi yang paling baik adalah promosi yang dilakukan oleh pelanggan yang puas. Dengan demikian, promosi perlu ditangani secara cermat karena masalahnya bukan hanya menyangkut pada bagaimana berkomunikasi dengan pelanggan akan tetapi juga menyangkut seberapa besar biaya yang dikeluarkan untuk biaya ini yang tentunya harus disesuaikan pada kondisi dan kemampuan perusahaan.

Promosi merupakan salah satu variabel di dalam marketing mix yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Menurut Martin L. Bell dalam Swastha dan Irawan (1990) promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Sedangkan menurut William G. Nikels dalam bukunya Swastha dan Irawan promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan

<sup>16</sup> Ibid. 32.



#### 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.

seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.<sup>17</sup>

#### b. Tujuan Promosi

Tujuan pertama promosi ialah memberi informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatkan penjualan. Adapun menurut Swastha dan Irawan tujuan promosi adalah sebagai berikut:

##### 1) Modifikasi tingkah laku

Orang-orang yang melakukan promosi mempunyai beberapa alasan, antara lain: mencari kesenangan, mencari bantuan, memberikan pertolongan atau instruksi, memberikan informasi, mengemukakan ide dan pendapat. Sedangkan promosi dari segi lain, berusaha merubah tingkah laku dan pendapat dan memperkuat tingkah laku yang ada. Penjual selalu berusaha menciptakan kesan baik tentang dirinya atau mendorong pembelian barang dan jasa perusahaan.

##### 2) Memberitahu

Kegiatan promosi itu dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan. Promosi yang bersifat informasi umumnya lebih sesuai dilakukan pada tahap-tahap awal didalam siklus kehidupan produk.

##### 3) Membujuk

Promosi yang bersifat membujuk (Persuasif) umumnya kurang disenangi oleh sebagian masyarakat. Namun kenyataannya sekarang ini justru yang banyak muncul adalah promosi yang bersifat persuasif. Promosi demikian ini terutama diarahkan untuk mendorong pembelian.

##### 4) Mengingat

Promosi yang bersifat mengingat dilakukan terutama untuk mempertahankan merk produk di hati masyarakat dan perlu

<sup>17</sup> Assuri Sofyan, 2004, *Manajemen Pemasaran*, PT. Grafindo Persada, Jakarta



#### 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.

dilakukan selama tahap kedewasaan didalam siklus kehidupan produk. Ini berarti perusahaan berusaha untuk paling tidak mempertahankan pembeli yang ada.

### 3. Strategi Promosi

#### a. Pengertian Strategi Promosi

Strategi promosi adalah kegiatan perusahaan untuk mendorong penjualan dengan mengarahkan komunikasi-komunikasi yang meyakinkan kepada para pembeli. Sedangkan menurut Lamb, Hair, McDaniel mendefinisikan bahwa strategi promosi adalah rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi : periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan promosi penjualan.

Dari definisi diatas tentang strategi promosi, maka dapat disimpulkan bahwa strategi promosi merupakan kegiatan yang direncanakan dengan maksud membujuk, memberikan informasi, dan mempengaruhi konsumen atau pelanggan agar mau membeli produk perusahaan sehingga tujuan untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat tercapai.

#### b. Bauran Promosi (*Promotional Mix*)

##### 1) Pengertian Bauran Promosi (Promotional Mix)

Promotional Mix adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel- variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Adapun variabel-variabel yang ada di dalam promotional mix itu ada empat adalah sebagai berikut:

- a) Periklanan : Bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu.
- b) Personal selling : Presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- c) Publisitas : Pendorongan permintaan secara non pribadi untuk suatu produk, jasa, atau ide dengan menggunakan berita komersial didalam media massa dan sponsor tidak dibebani sejumlah bayaran secara langsung.
- d) Promosi penjualan : Kegiatan pemasaran, selain personal selling, periklanan, dan publisitas yang mendorong pembelian konsumen dan efektivitas pengecer. Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain peragaan, pertunjukan, pameran, demonstrasi, dan sebagainya.

Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2012 : 432) “bauran promosi merupakan bauran tertentu pemasangan iklan (*Advertising*), penjualan perseorangan (*Personal Selling*), promosi penjualan (*Sales Promotion*), hubungan masyarakat (*Public Relations*), dan penjualan langsung (*Direct Marketing*) yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan pemasangan iklan dan pemasaran”.

Menurut Djaslim Saladin “bauran promosi adalah kombinasi dari penjualan tatap muka, periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan hubungan masyarakat yang membantu pencapaian tujuan perusahaan”.

Dari beberapa definisi diatas tentang bauran promosi (*Promotional Mix*), maka dapat disimpulkan bahwa bauran promosi adalah gabungan dari berbagai jenis promosi yang ada yang direncanakan dan digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan penjualan.

## 2) Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Bauran Promosi

Menurut Djaslim Saladin ada beberapa faktor yang mempengaruhi bauran promosi. Faktor-faktor tersebut adalah:

- a) Jumlah dana yang digunakan untuk promosi.
- b) Sifat pasar.
- c) Jenis produk.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## 4. Haji dan Umroh

### a. Haji

Ibadah Haji merupakan rukun Islam yang kelima. Allah SWT menjanjikan surga kepada kaum muslim sebagai pahala bagi para Haji mabrur. Jadi seorang muslim yang telah melaksanakan ibadah haji tidak berlebihan, apabila dirinya merasa telah menyempurnakan agamanya. Haji merupakan praktik keagamaan yang sangat penting bagi orang Islam dalam kehidupannya.

Haji secara lughowi (etimologis) berasal dari bahasa Arab al-hajj; berarti tujuan, maksud, dan menyengaja untuk perbuatan yang besar dan agung. Selain itu, al hajj berarti mengunjungi atau mendatangi. Makna ini sejalan dengan aktivitas ibadah haji, dimana umat Islam dari pelbagai Negara mengunjungi dan mendatangi Baitullah (Ka'bah) pada musim haji karena tempat ini dianggap mulia dan agung.<sup>18</sup>

Makna haji secara istilah (terminologis) 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. Haji merupakan rukun Islam kelima yang pelaksanaannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu antara tanggal 8 sampai dengan 13 Dzulhijjah setiap tahun, sebagaimana dapat dipahami dari QS. Al-Baqarah/2: 197:

الْحَجُّ أَشْهُرٌ مَّعْلُومَةٌ ۖ فَمَنْ فَرَضَ فِيهِنَّ الْحَجَّ فَلَا رَفَثَ وَلَا فُسُوقَ وَلَا جِدَالَ فِي الْحَجِّ ۗ وَمَا تَفَعَّلُوا مِنْ خَيْرٍ يَعْلَمُهُ اللَّهُ ۗ وَتَزَوَّدُوا فَإِنَّ خَيْرَ الزَّادِ التَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُونِ يَا أُولِيَ الْأَلْبَابِ ﴿١٩٧﴾

Artinya: (Musim) haji itu (pada) bulan-bulan yang telah dimaklumi. Siapa yang mengerjakan (ibadah) haji dalam

<sup>18</sup> Said Agil Husin Al Munawar, dan Abdul Halim, Fikih Haji menuntun Jamaah Mencapai Haji Mabrur (Jakarta, Ciputat Press, 2003). 1

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

(bulan-bulan) itu, maka janganlah dia berkata jorok (rafas), berbuat maksiat dan bertengkar dalam (melakukan ibadah) haji. Segala yang baik yang kamu kerjakan, Allah mengetahuinya. Bawalah bekal, karena sesungguhnya sebaik-baiknya bekal adalah takwa. Dan bertakwalah kepada-Ku wahai orang-orang yang mempunyai akal sehat.”<sup>19</sup>

Haji adalah menyengaja mengunjungi Ka’bah untuk mengerjakan ibadah yang meliputi thawaf, sa’i, wuquf dan ibadah-ibadah lainnya untuk memenuhi perintah Allah Swt. dan mengharap keridlaan-Nya dalam waktu yang telah ditentukan.

Haji adalah ziarah Islam tahunan ke Makkah, kota suci umat Islam, dan kewajiban wajib bagi umat Islam yang harus dilakukan setidaknya sekali seumur hidup mereka oleh semua orang Muslim dewasa yang secara fisik dan finansial mampu melakukan perjalanan, dan dapat mendukung keluarga mereka selama ketidakhadiran mereka.

#### b. Hukum Haji

Hukum ibadah haji adalah wajib bagi setiap muslim dan muslimah yang mampu (istitho’ah) mengerjakannya sekali seumur hidup. Hal ini Allah SWT sampaikan melalui firman-Nya dalam QS Ali Imran/3: 97 :

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى  
الْإِنْسَانِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ  
عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

Artinya : *Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim, Barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, Yaitu (bagi) orang yang sanggup Mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa*

<sup>19</sup> Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahannya. 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 mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.*<sup>20</sup>

Maksud dari orang-orang yang mampu pada ayat tersebut untuk melaksanakan ibadah haji dapat digolongkan ke dalam dua pengertian, yaitu:

*Pertama*, kemampuan personal yang harus dipenuhi oleh masing-masing individu yang antara lain meliputi kesehatan jasmani dan rohani, kemampuan ekonomi yang cukup bagi dirinya maupun keluarga yang ditinggalkan, dan didukung pengetahuan agama, khususnya tentang manasik haji.

*Kedua*, kemampuan umum yang bersifat eksternal yang harus dipenuhi oleh lingkungan (Negara dan pemerintah) mencakup antara lain peraturan perundang-undangan yang berlaku, keamanan dalam perjalanan, fasilitas akomodasi, transportasi dan hubungan antarnegara khususnya antara pemerintah Indonesia dengan pemerintah Kerajaan Arab Saudi.<sup>21</sup>

#### c. Umroh

##### 1) Pengertian Umrah

Umrah dalam bahasa Arab (عمرة) artinya ziarah atau Selain itu umroh juga berarti menyengaja .berkunjung dan meramaikan.Umroh ialah dengan sengaja mengunjungi Baitullah dengan niat melaksanakan rangkaian ibadah dan dipandang akan menghilangkan kefakiran dan dosa.

Sedangkan umroh secara syar'i dan terminologi fiqh adalah yang artinya mengunjungi kota Makkah untuk melaksanakan ibadah seperti thawaf dan sa'i dengan melakukan tata cara tertentu. Istilah lainnya datang ke Ka'bah untuk beribadah umroh dengan rukun-rukun dan syarat-syarat yang telah ditentukan.

<sup>20</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*. 62

<sup>21</sup> Ahmad Nidjam & Alatief Hanan, *Manajemen Haji*, ( Jakarta: Zikrul Hakim, 2001). 6





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## 2) Hukum Umrah

Hukum umrah adalah wajib dilakukan sekali seumur hidup bagi yang mampu dinyatakan oleh ulama madzhab Syafi'i dan Hanbali. Pendapat ini sama juga yang dikemukakan oleh Ibn Umar, Umar bin Ibn Abbas, al-Hasan al-Bashri, Dawud dan Ibn Sirin.

Adapun dalil umrah hukumnya wajib dengan mendasarkan pandangannya yaitu:

- a) Riwayat Abu Razin al-Uqayli yang bertemu Rasulullah saw., seraya berkata, Ayah saya sudah tua sehingga enggak bisa berhaji, berumrah, atau menempuh perjalanan jauh. Rasulullah bersabda, lakukanlah haji dan umrah untuk ayahmu,' (HR al-Turmudzi).
- b) Riwayat Aisyah Radhiyallahuanha. Wahai Rasulullah, apakah kaum perempuan diwajibkan untuk berjihad? Rasulullah menjawab: Mereka wajib berjihad tanpa harus acungkan senjata, yaitu haji dan umrah. Mazhab Maliki dan Hanafi berpendapat umrah hanya sunnah.

Landasan dalilnya adalah sebagai berikut:

- a) Kebanyakan pakar hadiis mengemukakan bahwasanya hadis tentang hajii dan umrah adalah dua kewajiban termasuk juga hadis dhaif (lemah).
- b) Sebuah dalil yang mengandung dua kemungkinan hukum tidak bisa dijadikan sebagai landasan hukum pasti selama tidak ada dalil lain yang menguatkannya. Faktanya, ada banyak dalil lain yang menunjukkan kewajiban haji, tetapi tidak ada satupun dalil yang menunjukka kewajiban umrah.
- c) Diriwayatkan dari Jabir bahwa seorang badui datang menghadap kepada Nabi saw., Dan berkata, "Wahai Rasulullah, beritahukanlah kepadaku tentang hukum umrah. Apakah wajib?" Rasulullah menjawab. "Tidak, tapi jika kamu mengerjakannya maka itu lebih baik."



#### 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.

### 3) Penyelenggaraan Umrah

Pergi haji merupakan ibadah yang masuk dalam rukun Islam yakni Rukun Islam ke lima yang dilakukan minimal sekali seumur hidup. Menunaikan ibadah haji adalah bentuk ritual tahunan yang dilaksanakan umat Islam sedunia bagi yang mampu (material, fisik, dan keilmuan) dengan berkunjung dan melaksanakan beberapa kegiatan di beberapa tempat di Arab Saudi pada suatu waktu yang dikenal sebagai musim haji.

Tempat-tempat penyelenggaraan ibadah haji di Tanah Suci yaitu:

- a) Makkah Di kota Makkah berdiri pusat ibadah umat Islam sedunia, Ka'bah, yang berada di tengah Masjidil Haram. Dalam haji, Makkah menjadi tempat pembuka dan penutup ibadah haji.
- b) Arafah Kota yang berada di timur Makkah ini juga dikenal sebagai tempat pusatnya haji, yaitu tempat wukuf, yakni pada tanggal 9 Zulhijah. Di luar musim haji, daerah ini tidak dipakai.
- c) Muzdalifah Tempat ini dikenal sebagai tempat jamaah haji melakukan mabit (bermalam) dan mengumpulkan bebatuan untuk melakukan ibadah jumrah di Mina.
- d) Mina Mina tempat pelaksanaan kegiatan melontarkan batu ke tugu jumrah sebagai simbol tindakan nabi Ibrahim ketika mengusir setan dan jamaah juga diwajibkan untuk menginap satu malam.
- e) Madinah Di tempat inilah panutan umat Islam, Nabi Muhammad SAW dimakamkan di Masjid Nabawi. Madinah sebenarnya tidak masuk ke dalam ritual ibadah haji, namun jamaah haji dari seluruh dunia biasanya menyempatkan diri berkunjung ke kota ini.<sup>22</sup>

<sup>22</sup> Revitalisasi Asrama Haji Donohudan Surakarta Dengan Pendekatan Dinul Islam, skripsi Universitas Atma Jaya Hlm. 25-26



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

Hal ini berbeda dengan ibadah umrah yang biasa dilaksanakan sewaktu-waktu. Kenyataannya di Indonesia, waktu tunggu keberangkatan Haji saat ini kurang lebih mencapai duapuluh tahun.

## B. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis akan mendeskripsikan pada penelitian-penelitian lain yang berbentuk skripsi dan ada relevansinya dengan judul di atas. Adapun penelitian yang hampir mirip dan sama namun berbeda dengan penelitian ini yaitu penelitian yang berjudul:

Pertama, “*Strategi Pemasaran Produk Biro Haji Dan Umroh Sultan Agung Tour And Travel*” ditulis oleh Akmalia Syafira Dewi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Tahun 2017. Dalam skripsi ini Sultan agung Tour And Travel menggunakan strategi bauran pemasaran untuk memasarkan produk layanan jasanya. Dalam strategi produknya Sultan Agung Tour And Travel menawarkan beragam paket umroh. Untuk strategi harganya mempunyai berbagai macam pilihan paket. Untuk strategi promosinya menggunakan promosi offline atau online.

Dalam strategi pemasaran Sultan Agung Tour And Travel juga menggunakan prinsip islam. Persamaan penelitian ini yaitu sama sama meneliti tentang strategi. Perbedaan Penelitian ini dengan penelitian saya adalah fokus pada penelitiannya. Dimana penelitian ini mengenai strategi pemasaran produk biro haji dan umrah sedangkan penelitian saya mengenai strategi promosi PT. Penjuru Wisata Negeri dalam meningkatkan jamaah haji dan umroh.

Kedua, Penelitian dalam bentuk skripsi yang di lakukan oleh M. Aziz Lamazido dengan judul “*Strategi Promosi Jasa Perjalanan Haji Danumroh Melalui Media Website*”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian lapangan, yaitu dokumentasi, wawancara dan observasi yang dilakukan di PT Saibah Mulia Mandiri Semarang. Dari hasil penelitian, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa strategi pemasaran, khususnya strategi promosi yang diterapkan PT Saibah Mulia Mandiri mampu meningkatkan





#### 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.

jumlah jamaah yang menggunakan jasanya dan lebih memperluas wilayah pasarnya untuk dapat meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat di berbagai daerah. Jamaah yang menggunakan jasa PT Saibah Mulia Mandiri juga semakin meningkat dengan layanan yang terus diperbaiki setiap waktunya. Persamaan penelitian ini yaitu sama sama meneliti tentang strategi promosi. Perbedaan Penelitian ini dengan penelitian saya adalah penelitian ini membahas tentang strategi promosi jasa perjalanan Haji Danumroh melalui media website sedangkan penelitian saya mengenai strategi promosi PT. Penjuru Wisata Negeri dalam meningkatkan jamaah haji dan umroh.

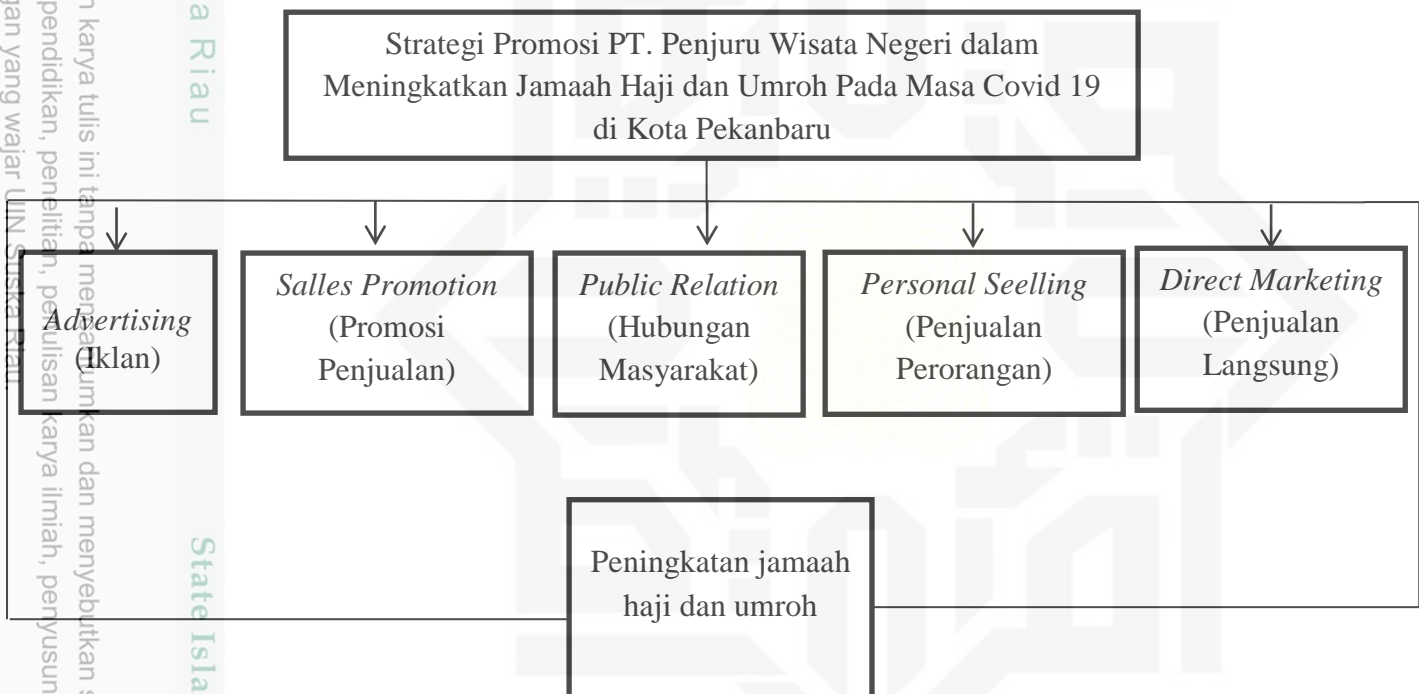
Ketiga, Penelitian dalam bentuk skripsi yang dilakukan oleh Tika Syukriyah (2015) Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “*Strategi Promosi PT. Lintas Iskandaria Tours Dalam Meningkatkan Jumlah Jama’ah Umrah*”. . Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara langsung, dan dokumentasi yang kemudian dijadikan sumber data yang di anggap penting untuk di pelajari dan di analisis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan Iskandaria Tour dalam meningkatkan jumlah jama’ah umrahnya ada enam, yaitu berupa periklanan (advertising), penjualan pribadi (personal selling), hubungan masyarakat dan publisitas, promosi penjualan (sales promotion), media internet dan pemasaran langsung (direct marketing). Walaupun Iskandaria Tour menggunakan seluruh bauran promosi, namun kegiatan promosi yang paling14 berpengaruh yaitu melalui hubungan masyarakat dan publisitas yang medianya adalah mulut ke mulut (word of mouth). Persamaan penelitian ini yaitu sama sama meneliti tentang strategi promosi. Perbedaan Penelitian ini dengan penelitian saya adalah penelitian ini membahas tentang strategi promosi PT. Lintas Iskandaria Tours dalam meningkatkan jumlah jama’ah umrah sedangkan penelitian strategi promosi PT. Penjuru Wisata Negeri dalam meningkatkan jamaah haji dan umroh.

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir merupakan uraian ringkas tentang teori yang digunakan dan cara menggunakan teori tersebut dalam menjawab pertanyaan penelitian.<sup>23</sup> Kerangka berpikir dapat berupa kerangka teori dan dapat pula berupa kerangka penalaran logis. Maka penulis menetapkan kerangka berpikir sebagai berikut :

Gambar II. 1

#### Kerangka Berpikir



<sup>23</sup> Cik Hasan Bisri, *Panuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi* (Jakarta:Raja Grafindo Persada,2001). 43

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

UIN SUSKA RIAU

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

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### A. Jenis Penelitian

Pada dasarnya metode lebih bersifat prosedural dimana berisi tahapan-tahapan untuk mencapai tujuan dari sebuah penelitian. Adapun jenis penelitian ini adalah deskriptif, sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi ataupun fenomena tertentu.<sup>24</sup> Pendekatan kualitatif yaitu suatu proses pemecahan masalah yang diteliti dengan menggambarkan objek penelitian secara rinci.<sup>25</sup>

### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini bertempat di PT. Penjuru Wisata Negeri (AET Travel) Kota Pekanbaru. Sedangkan untuk waktu penelitian ini dilakukan setelah proposal ini diseminarkan.

### C. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Menurut Sugiyono sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data.<sup>26</sup>

Adapun yang menjadi jenis dan sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Data primer ini digunakan sebagai data utama dalam penelitian ini. Data primer penelitian ini berasal dari informan atau narasumber yang diwawancarai oleh penulis berdasarkan lembar atau daftar wawancara penelitian.

<sup>24</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, ( Jakarta : Kencana, 2007), 68.

<sup>25</sup> Yasril Yazid, ddk, *Metodologi Penelitian*, (Pekanbaru: UnriPress, 2009), 87.

<sup>26</sup> Sugiyono. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. (Jakarta, UI-press, 2009). 137



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. Data sekunder adalah data-data yang diperoleh dari arsip-arsip dan catatan-catatan yang terdapat pada kantor atau instansi yang terkait dengan masalah penelitian. Adapun data sekunder yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah arsip-arsip atau dokumen-dokumen, diantaranya berasal dari PT. Penjuru Wisata Negeri (AET Travel) Kota Pekanbaru.

#### D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan informan penelitian sebanyak 3 (Tiga) orang, yaitu Syamsul Bahri Samin sebagai Maneger area II Riau PT. Penjuru Wisata Negeri, Habibi Sholeh sebagai staf Marketing di PT. Penjuru Wisata Negeri, Teguh Anugrah Irawan sebagai staf Operasional Desain dan 2 orang jamaah sebagai informan penelitian untuk memastikan keabsahan data untuk menemukan perbandingan data antara PT. Penjuru Wisata Negeri dan jamaah..

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data penulis menggunakan tiga cara yaitu:

##### 1. Observasi

Observasi yaitu sebagai alat untuk mengumpulkan data penelitian untuk mengetahui informasi nonlisan, perilaku atau sikap *psikomotorik* informan tentang suatu hal yang berkaitan dengan masalah dengan cara mengamati informan penelitian.<sup>27</sup>

##### 2. Wawancara

Wawancara diartikan sebagai seni menantakan sesuatu dengan alat pertanyaan yang benar.<sup>28</sup> Wawancara atau *Interview* adalah sebuah percakapan langsung (*face to face*) antara peneliti dan informan, dalam

<sup>27</sup> Abdul Razak, *Penelitian Pendidikan Deskripsi, Eksposisi, dan Argumentasi* (Pekanbaru: Autografika, 2010), 234

<sup>28</sup> Asep Saeful Muhtadi dan Agus Ahmad Syafei, *Metode Penelitian Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 2003), 161.



#### 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.

proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab. Wawancara merupakan himpunan pertanyaan yang harus dijawab.

Proses *interview* (wawancara) dilakukan untuk mendapatkan data dari informan tentang strategi promosi dalam meningkatkan minat masyarakat di PT. Penjuru Wisata Negeri (AET Travel) Kota Pekanbaru. Dalam hal ini peneliti mengajukan pertanyaan kepada informan, terkait dengan penelitian yang dilakukan. Sedangkan informan bertugas untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara. Meskipun demikian, informan berhak untuk tidak menjawab pertanyaan yang menurutnya *privasi* atau rahasia.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.<sup>29</sup>

## F. Validitas Data

Validitas data merupakan derajat ketetapan antara yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Uji keabsahan dalam penelitian, sering ditekankan pada uji validitas dan reabilitas. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.<sup>30</sup>

Triangulasi metode dilakukan untuk pengecekan terhadap pengguna metode pengumpulan data, apabila informasi yang didapatkan dengan metode wawancara sama dengan metode observasi atau apabila hasil observasi sesuai dengan informasi yang diberikan ketika diwawancarai dan saat melihat dokumentasi yang ada.<sup>31</sup>

<sup>29</sup> Suharsimi dan Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006). 231

<sup>30</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2014), 199.

<sup>31</sup> M. Burhan Bung, *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), 257.



## G. Teknik Analisis Data

Menyusun data penelitian akan memberikan gambaran mengenai langkah-langkah analisis dalam statistika deskriptif. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.<sup>32</sup> Teknik analisis data bertujuan untuk menganalisa data yang telah terkumpul dalam penelitian ini. Setelah data dari lapangan terkumpul dan disusun secara sistematis, maka langkah selanjutnya penulis akan menganalisa data tersebut.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Teknik analisis data deskriptif kualitatif yaitu data analisa dengan menggambarkan atau memaparkan fenomena-fenomena dengan kata-kata atau kalimat, kemudian data tersebut dianalisis dan memperoleh 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

---

<sup>32</sup> *Op Cit*, 88.





## BAB IV

### GAMBARAN UMUM AET TRAVEL PT. PENJURU WISATA NEGERI

#### A. Sejarah AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri

Sejarah AET Travel bermula pada Oktober 2010, didirikan oleh dua sahabat yaitu Rizki Kurniawan N dan Nasution, yang pertama bertemu di bangku kuliah pada tahun 2005. Awal pendirian perusahaan ini bertujuan untuk mempermudah masyarakat Sumatera Barat khususnya Kota Padang untuk membeli tiket pesawat dengan harga yang terjangkau.

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

Namun, mulai melejitnya angka jamaah umrah Indonesia beberapa tahun belakangan membuat perusahaan ini akhirnya menambah produk jasa ke penyelenggaraan umrah. Meski tergolong baru, namun pihak perusahaan berkomitmen menjadi biro penyelenggara umrah terpercaya dengan mengutamakan pelayanan prima. Yang mana umrah menjadi produk atau jasa unggulan. Dan lewat produk umrah pula juga bisa memberangkatkan ribuan jamaah setiap tahunnya hingga saat ini. Sekaligus mendongkrak nama perusahaan di mata masyarakat, khususnya di Sumatera Barat sebagai perusahaan penyelenggara umrah terpercaya.

Alhamdulillah, sejauh perusahaan ini berdiri, belum pernah batal memberangkatkan jamaah ke tanah suci untuk menunaikan ibadah umrah. Dan pada Juni 2016, berdasarkan keputusan Kementerian Agama RI dengan nomor 382 Tahun 2016, perusahaan memiliki izin.

#### B. Profil Perusahaan AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri

PT. Penjuru Wisata negeri (AET Travel) merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa sejak tahun 2010 dengan pelayanan ibadah umrah, Nama resmi perusahaan adalah PT. Penjuru Wisata Negeri dan mengusung

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

branding name AET Travel. Perusahaan berdiri pada tahun 2010 dan berkantor pusat di Citra Lake Blok E-01/20, Sawangan Jl. Raya Cinangka Km.3, Sawangan, Depok, Jawa Barat. Berikut data perizinan perusahaan.

Izin usaha pariwisata	: 0039/03.07/PW/V/2012
NPWP	: 03.211.875.4-201.000
Izin HO	: 2325/IG-NI/BPMPTSP/IX/2016/PROB
Kemenkumham	: AHU-AH.01.03-0075771
Pengesahan badan hukum dan Ham:	AHU-01109.AH.01.01. Tahun 2012
TDP ( Tanda Daftar Perusahaan)	: 03.07.3.79.03823
AMPHURI	: SKJ/STD/435
Izin Pennyelenggaraan Umrah	: 662 Tahun 2019

Struktur managemennya sebagai berikut:

1. Direktur Utama	: Rizki Kurniawan N
2. Komisaris Utama	: Nasution
3. Komisaris	: Buya Yusuf Helmi
4. Direktur Operasional	: H. Haryadi Nakasir
5. Sekretaris Perusahaan	: Joni Alfandri
6. Area Manager II Riau	: Syamsul Bahri Samin
7. Kepala bagian Umroh/Tour	: Rahmad Ramadhan, S.Pd
8. Marketing	: Habibi sholeh
9. Admin Area II Riau	: Gusti Sri Weni
10. Manager Visa	: Rahmad Rivaldi
11. Keuangan	: Gusti Sri Weni
12. Operasional/ Desain	: Teguh Anugrah Irawan
13. Operasional/ Logistik	: Islah Yasri
14. Frontliner	: Gusti Sri Weni

**C. Kantor Area AET Travel PT Penjuru Wisata Negeri**

Alamat kantor area di berbagai daerah:

1. Kantor area I Padang - Sumatera Barat: Jl. Raya By Pass Km.13, Kel. Sungai Sapih, Kec. Kurajin, Kota Padang Sumatera Barat.
2. Kantor Area II Pekanbaru - Riau: Jl. Soekarno Hatta (Arengka) RT 004/RW 008, Sidomulyo Timur Kec, Marpoyan Damai, Pekanbaru, Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

**D. Visi dan Misi AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri**

**Visi :**

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

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

“Kepastian” didefinisikan dengan keakuratan atau ketepatan jadwal keberangkatan dengan perencanaan. Perusahaan berusaha sekuat tenaga untuk tidak pernah mengubah jadwal keberangkatan yang telah dipilih jamaah. Adapun “kenyamanan” adalah kata yang mewakili keinginan perusahaan untuk selalu memberikan fasilitas dan pelayanan melebihi keinginan atau harapan calon jamaah umrah.

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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

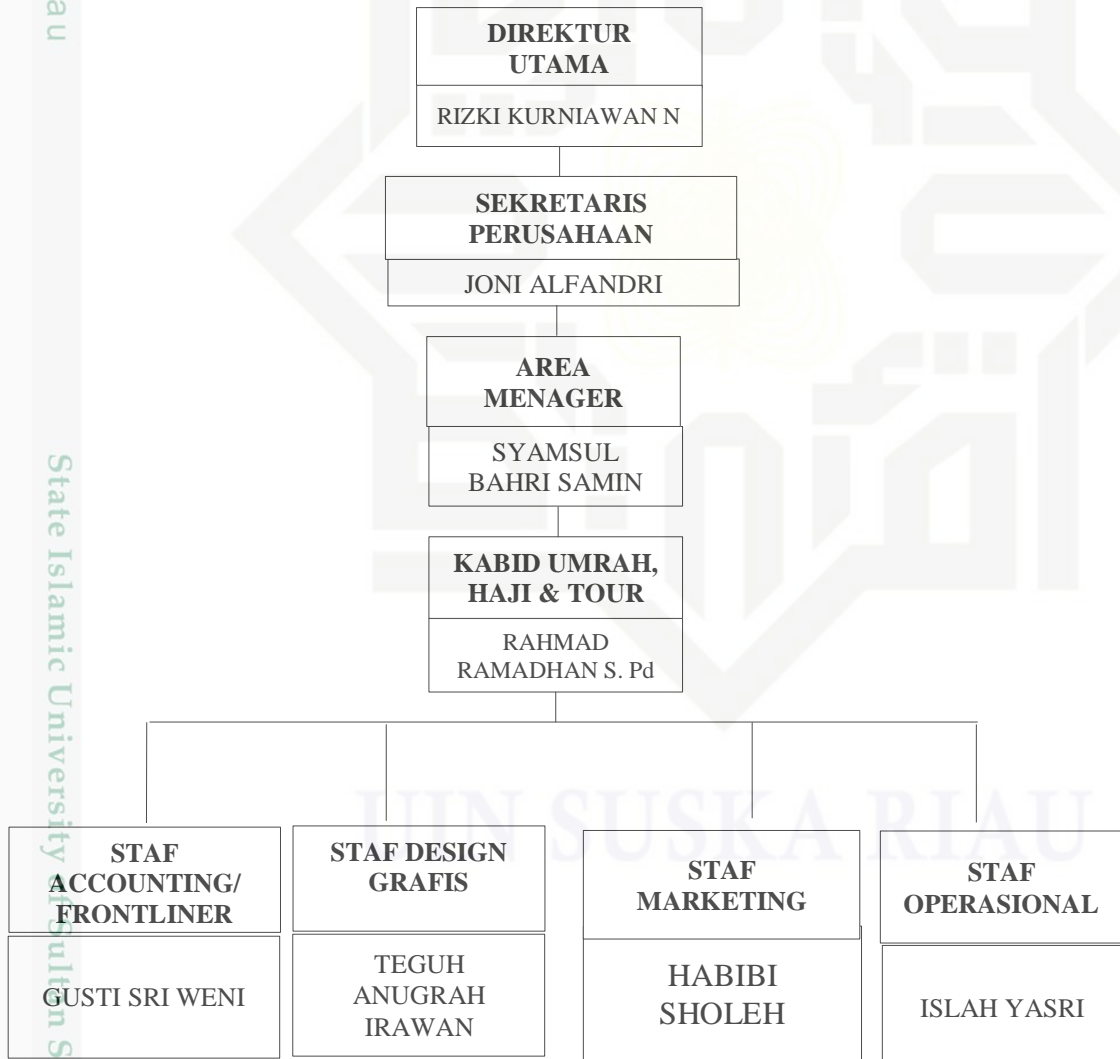
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

**Misi :**

1. Memastikan dan terus meningkatkan standar pelayanan.
2. Selalu mengedepankan inovasi dalam produk dan pemasaran.
3. Memberikan jaminan keamanan dan kepastian keberangkatan kepada calon jamaah umrah.
4. Menanamkan dan mengimplementasikan nilai-nilai dakwah dalam setiap aktivitas perusahaan.

**E. Struktur PT. Penjuru Wisata Negeri**

**Gambar IV.1**  
**Struktur PT. Penjuru Wisata Negeri**



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Adapun uraian tugas dari masing-masing tingkatan dalam struktur organisasi AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri adalah:<sup>33</sup>

#### 1. Direktur

- a. Menetapkan tujuan dan kebijaksanaan perusahaan yang harus dicapai dalam periode tertentu.
- b. Mengesahkan rencana kerja perusahaan dalam periode tertentu.
- c. Mengawasi pelaksanaan rencana kerja secara keseluruhan.
- d. Mewakili badan usaha diluar perusahaan.
- e. Mengurus dan menangani kekayaan perusahaan.

#### 2. Kabid Umrah, Haji & Tour

- a. Menyiapkan program umrah, haji dan tour.
- b. Membuat kontrak agent dengan agent Saudi.
- c. Menyiapkan program marketing
- d. Bertanggung jawab penuh dengan divisi umrah dan haji.

#### 3. Frontliner

- a. Surat menyurat.
- b. Membuat program perjalanan umroh (itinerary).
- c. Membuat muktamir data (Manifest)
- d. Penerimaan pendaftaran jamaah.
- e. Menjawab telepon dan menyambungkan dengan staf yang memerlukannya.
- f. Mengkoordinasi dan memelihara ruang kantor, kunci kantor, telepon.
- g. Membuat LKU dan LRPU.
- h. Menguasai dengan baik mengenai informasi produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan memberikan informasi selengkap-lengkapnyanya kepada calon jamaah.

#### 4. Accounting

- a. Membuat pembukuan keuangan perusahaan.
- b. Melakukan posting jurnal operasional.

<sup>33</sup> Wawancara online dengan staff PT. Penjuru Wisata Negeri

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- c. Membuat laporan keuangan.
- d. Menginput data jurnal akuntansi ke dalam sistem yang dimiliki perusahaan.
- e. Memeriksa dan melakukan verifikasi kelengkapan dokumen yang berhubungan dengan transaksi keuangan.

**5. Marketing**

- a. Menentukan strategi pemasaran yang efektif dan efisien dengan memperhatikan sumber daya perusahaan.
- b. Menjalin hubungan dengan jamaah khususnya dalam hal penanganan kompalin, pengukuran kepuasan jamaah.
- c. Membuat dan menyiapkan proposal dan profile guna mendukung.

**6. Design Grafis**

- a. Memperkirakan waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pekerjaan.
- b. Berpikir kreatif untuk menghasilkan ide-ide dan konsep-konsep baru dan mengembangkan desain interaktif.
- c. Menggunakan inovasi untuk mendefinisikan kembali desain dalam keterbatasan biaya dan waktu.
- d. Mempresentasikan ide dan konsep yang telah dibuat.
- e. Menyampaikan pesan dengan cara yang unik.
- f. Bekerja sebagai bagian dari tim dengan copywriter, fotografer, pengembang web, account executive dan lain sebagainya.

**7. Operasional**

- a. Pengurusan legalitas perusahaan.
- b. Pengabsenan karyawan.
- c. Pembuatan izin perusahaan.
- d. Menyiapkan seat umrah dan haji.
- e. Menyiapkan perlengkapan umrah dan haji.
- f. Permohonan apply visa umrah dan haji.
- g. Menyiapkan LA umrah dan haji.



h. Handling airport.

## F. Media Publikasi dan Informasi

Berikut jangkauan siaran yang dimiliki PT. Penjuru Wisata Negeri (AET Travel) sebagai media komunikasi dan informasi dalam upaya meningkatkan pelayanan jasa travel wisata dan umroh bagi masyarakat.

- |                   |                                       |
|-------------------|---------------------------------------|
| 1. Instagram      | : Aet_travel , aettravel_area2.       |
| 2. Facebook       | : Aet Travel-PT penjuru wisata negeri |
| 3. Youtube        | : Aet Channel, Aet riau Channel       |
| 4. Web            | : aet.co.id                           |
| 5. Whatsapp       | : 082241410606                        |
| 6. Contact Person | : 082241410909                        |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

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



## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti terkait strategi promosi PT. Penjuru Wisata Negeri dalam meningkatkan jamaah haji dan umroh di pekanbaru, menunjukkan bahwa bauran promosi yang digunakan dalam melakukan strategi promosi dilakukan dengan *Advertising* (iklan) yang dimana pihak perusahaan menggunakan media social dan media cetak seperti baliho, brosur, whatsapp, line, facebook, dan instagram. *Salles promotion* dengan mengadakan pameran penjualan secara display di beberapa tempat, serta menyebarkan brosur yang berisikan informasi tentang produk dan fasilitas yang ditawarkan. *Public Relation* dilakukan dengan mengenalkan nama PT Penjuru Wisata Negeri kepada masyarakat luas agar masyarakat percaya dengan biro travel ibadah umroh PT Penjuru Wisata Negeri lalu selanjutnya menjelaskan secara detail apa saja fasilitas dan produk yang ada di PT Penjuru Wisata Negeri sehingga membuat konsumen tertarik untuk menggunakan jasa perusahaan. *Personal selling* yaitu berhubungan langsung dengan masyarakat. *Direct marketing* yaitu melakukan penjualan langsung dan komunikasi secara langsung tanpa dibantu oleh pihak lain sebagai perantaranya. Evaluasi strategi dilakukan dengan meninjau faktor eksternal dan internal, mengukur prestasi dengan membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan dan mengambil tindakan korektif yaitu untuk memastikan apakah prestasi sesuai dengan rencana.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

## B. Saran

Sehubungan dengan kesimpulan diatas, selanjutnya penulis akan memberikan saran-saran terhadap PT. Penjuru wisata Negeri yaitu sebagai berikut :

1. Hendaknya dalam melakukan strategi promosi untuk meningkatkan jamaah haji dan umroh PT Penjuru Wisata Negeri melakukan kegiatan promosi yang lebih menarik lagi, agar banyak masyarakat yang tertarik untuk menggunakan jasa perusahaan.
2. Hendaknya PT Penjuru Wisata Negeri melakukan kegiatan promosi lebih banyak lagi diberbagai tempat dan lebih detail dalam menjelaskan tentang PT Penjuru Wisata Negeri sehingga perusahaan banyak dikenal masyarakat dan memiliki jangkauan yang lebih luas lalu masyarakat percaya dengan jasa yang diberikan.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU :

- A.M, Sardiman. 2014. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Abu Hurairah, 2011. *Pengorganisasian Dan Pengembangan Masyarakat Model Dan Strategi Pembangunan Berbasis Kerakyatan*, Bandung: Humaniora.
- Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, 2009. *Psikologi: Suatu Pengantar*, Jakarta: Prenada Media.
- Ahmadi, Abu. 2009. *Psikologi Umum*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Ali Moertopo dalam H. A Rosyad Sholeh, 2010 *Manajemen dakwah Muhammadiyah (Mengimplementasikan Prinsip Manajerial dalam Meraih Kesuksesan Dakwah)*, Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.
- Alisuf Sabri, 2007. *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.
- Amstrong, Kotler. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Asep Saeful Muhtadi dan Agus Ahmad Syaifei, 2003. *Metode Penelitian Dakwah* Bandung: Pustaka Setia.
- Assuri Sofyan, 2004. *Manajemen Pemasaran*, PT. Grafindo Persada, Jakarta.
- Burhan Bungin, 2007. *Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Kencana.
- Cik Hasan Bisri, 2001. *Panuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi*, Jakarta:Raja Grafindo Persada.
- George Steinner dan John Minner, 2002 *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Erlangga.
- H. Djaali, 2008. *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- Hamali, Arif Yusuf. 2016. *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*. Edisi 1, cet. Ke-1. Jakarta:Prenadamedia Group.
- Hurairah, Abu. 2011. *Pengorganisasian Dan Pengembangan Masyarakat Model Dan Strategi Pembangunan Berbasis Kerakyatan*, Bandung: Humaniora.
- Kotler , Philip dan A. B. Susanto, 2001 *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat.
- M. Burhan Bungi, 2007. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Prenada Media Group.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- McCarthy dan Perreault. 2002. *Intisari Pemasaran Sebuah Ancangan Manajerial Global*, Edisi 6. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Muhibbin Syah, 2001. *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nidjam, Ahmad & Alatief Hanan, 2001. *Manajemen Haji*, Jakarta : Zikrul Hakim.
- Rangkuti, Freddy. 2013 *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Razak, Abdul 2010. *Penelitian Pendidikan Deskripsi, Eksposisi, dan Argumentasi*. Pekanbaru: Autografika.
- Ricky W. Griffin Dan Ronald J Ebert, 2007. *Bisnis Edisi Kedelapan Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2009. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta, UI-press.
- Sugiyono, 2014, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta.
- Suharsimi dan Arikunto, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Slameto, 2003. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sofjan Assauri, 2013. *Strategic Management : Sustainable Competitive Advantages*, Jakarta : Rajawali Pers.
- Sumadi Suryabrata, 2002. *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: PT. Grafindo Perkasa Rajawali.
- Suryadi Prawirosentoso dan Dewi P. 2014 *Manajemen Strategik dan Pengambilan Keputusan* Korporasi, Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Syaiful Bahri Djamarah, 2008. *Psikologi Belajar*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Timothy RV. Foster, 2001 *How to Be Better at Customer Care*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta : Andi.
- Yasril Yazid, ddk, 2009. *Metodologi Penelitian*, Pekanbaru: UnriPress.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.



Yudrik Jahja, 2011. *Psikologi Perkembangan*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

**JURNAL DAN SKRIPSI :**

Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahannya.

Jurnal Humaniora dan Teknologi, *HAJI DAN UMRAH*, Volume 4, Nomor 1, Oktober 2018.

Revitalisasi Asrama Haji Donohudan Surakarta Dengan Pendekatan Dinul Islam, skripsi Universitas Atma Jaya.

Said Agil Husin Al Munawar, dan Abdul Halim, Fikih Haji menuntun Jamaah Mencapai

**WEB :**

<https://www.kemkes.go.id/article/view/20030400008/FAQ-Coronavirus.html>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

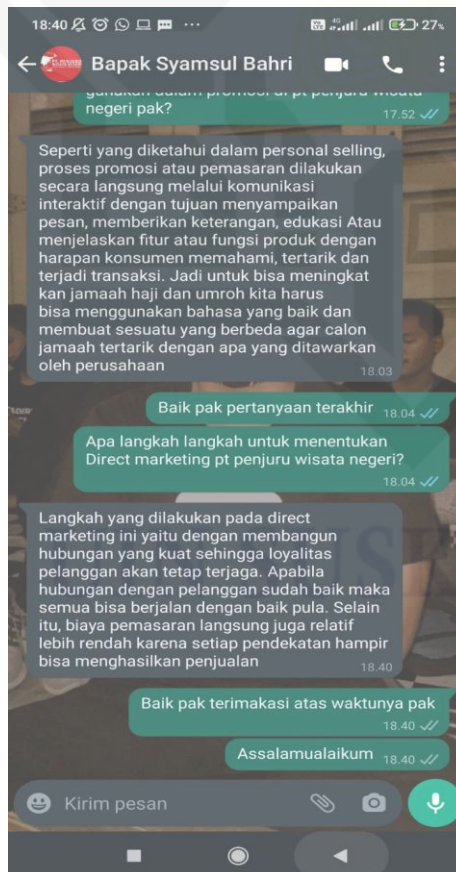
© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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



## LAMPIRAN



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

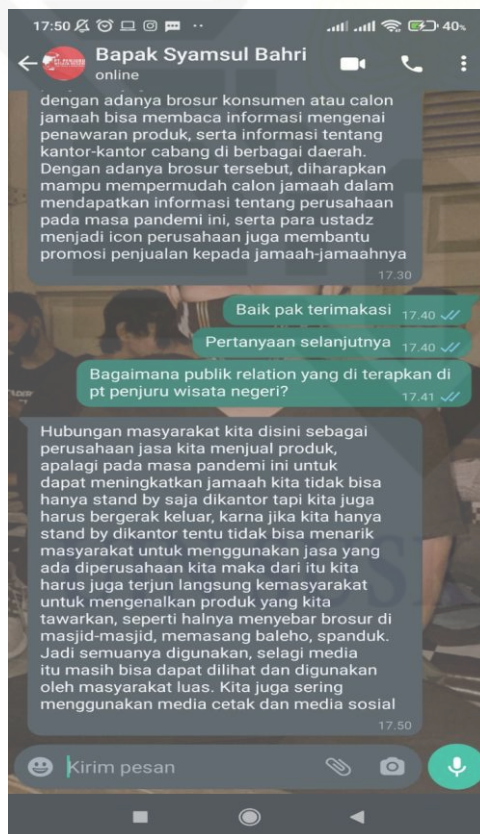
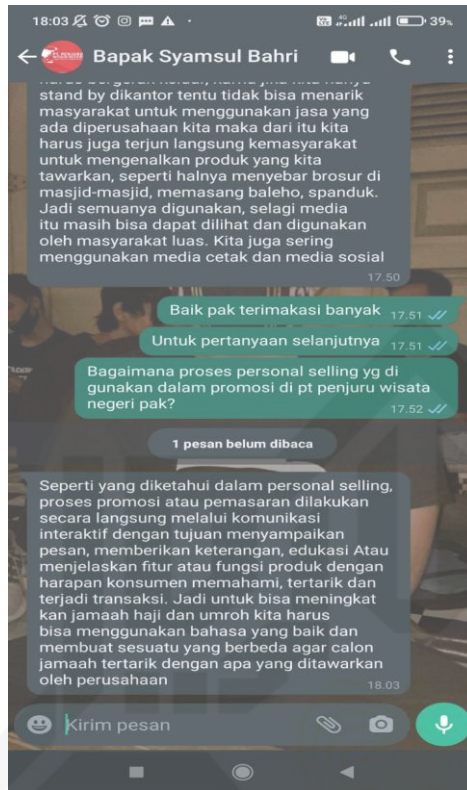
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

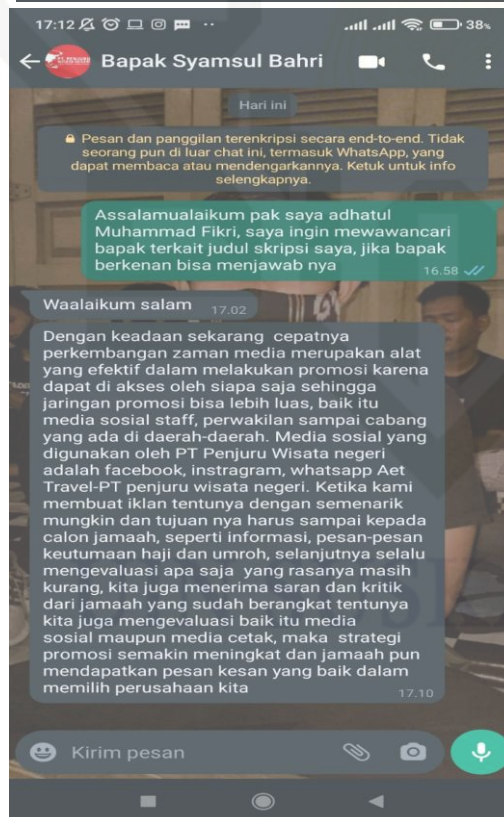
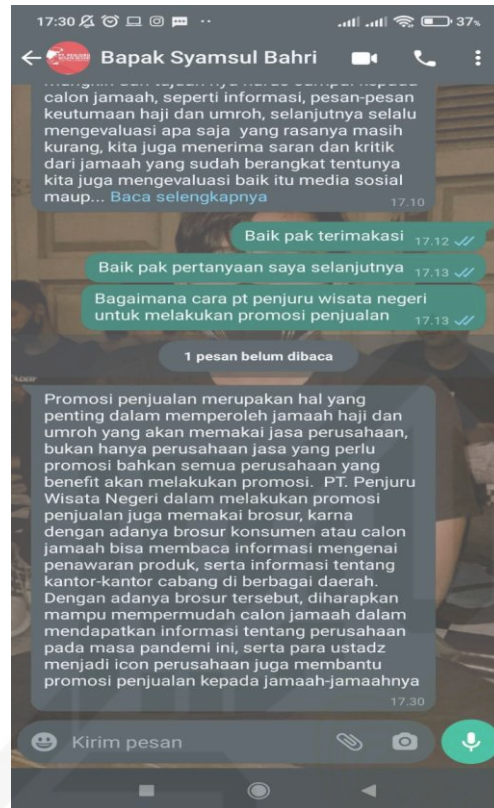
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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





### 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.



### Wawancara bukti chat wa bapak Syamsul Bahri



© Hak cipta milik 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.



State Islamic University of Sultan Saifur Razi Kasim Riau

Wawancara Dengan Narasumber Bapak Hasyim Ashari Dan Bapak Budi Santoso



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

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/3161/2021  
Sifat : Biasa  
Hal : Mengadakan Penelitian

Pekanbaru, 17 Juni 2021

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

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

Nama : ADHATUL MUHAMMAD FIKRI  
NIM : 11744102742  
Semester : VIII (delapan)  
Jurusan : Manajemen Dakwah  
Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi

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

**"Strategi Promosi Pt Penjuru Wisata Negeri Dalam Meningkatkan Jamaah Haji Dan Umrah Di Pekanbaru"**

Adapun sumber data penelitian adalah:

**"PT. PENJURU WISATA NEGERI KOTA PEKANBARU"**

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

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatian Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam

a.n. Rektor,  
Dekan,



Dr. Nurdin, MA

NIP.19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Yth. Rektor UIN Suska Riau
2. Mahasiswa yang bersangkutan

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

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



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



## BIOGRAFI PENULIS

Nama lengkap penulis adalah Adhatul Muhammad fikri, sering kali dipanggil fikri, fikri dalam aktivitas keseharian. Penulis dilahirkan di Kota Selat Panjang, Riau, pada Tanggal 28 Maret 1999. Penulis merupakan bukti cinta dari pasangan Nurifin dan Sumini, yang menjadi anak ketiga dari pasangan tersebut.

Riwayat pendidikan formal penulis dimulai pada tahun 2005 dari tingkat Sekolah Dasar Negeri 022 Dumai, dan tamat pada tahun 2011. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat Madrasah Tsanawiyah kota Dumai dan tamat pada tahun 2014. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat Madrasah Aliyah Negeri Dumai dan tamat pada tahun 2017.

Penulis melanjutkan kembali pendidikan formalnya ke tingkat Sarjana (S1) pada salah satu Perguruan Tinggi Negeri (PTN) di Provinsi Riau. Penulis memilih PTN yang terkenal dengan nama Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN SUSKA), pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Manajemen Dakwah. Selain menjalani aktivitas perkuliahan pada program studi tersebut, Penulis juga ikut berpartisipasi aktif bergabung dalam Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA) UIN SUSKA Riau Selama 1 Periode.