



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

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

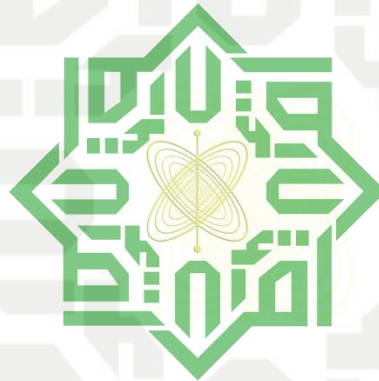


State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**ANALISIS ORIENTASI PEMASARAN TRAVEL HAJI DAN UMROH PT  
ARRAYAN AL MUBARAK DI PEKANBARU**

**SKRIPSI**

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



**UIN SUSKA RIAU**

**Disusun oleh:**

**SYAHRAWANDI**  
**NIM.11744102617**

**UIN SUSKA RIAU**

**PROGRAM STRATA 1 (S1)**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**PEKANBARU**  
**1443 H/2022**



**PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI**

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

Nama : Syahrawndi  
NIM : 11744102617  
Program Studi : Manajemen Dakwah  
Judul Skripsi : Analisis Orientasi Pemasaran Travel Haji dan Umroh PT  
Arrayyan Al Mubarak di Pekanbaru

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

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.

Pekanbaru, Januari 2022  
Pembimbing

Perdamaian, M.Ag  
NIP. 196211241996031001

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah**

Khairuddin, M.Ag  
NIP: 19720817 200910 1 002

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

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



**PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH**

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

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

: SYAHRAWANDI  
 : 11744102617  
 : Analisis Orientasi Pemasaran Travel Haji dan Umroh PT Arrayyan Al Mubarak di Pekanbaru

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

: Kamis  
 : 10 Maret 2022

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

Pekanbaru, 02 Juni 2022



Amron Rosidi, Ph. D  
 NIP. 111182009011006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I

Khairuddin, M.Ag  
 NIP. 197208172009101002

Sekretaris/ Penguji II

Nur Alhidayatillah, M. Kom. I  
 NIK. 130417027

Penguji III

Perdamaian Hsb, M. Ag  
 NIP. 196211241996031001

Penguji IV

Dra. Silawati, M.Pd  
 NIP. 196909021995032001

Lampiran Surat :  
Nomor 25/2021  
10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

© 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 Syarif Kasim Riau

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

: SYAHRAWANDI  
 : 11744102617  
 : 03-11-1998  
 : DAKWAH / Ilmu komunikasi  
 : MATHATEMEN DAKWAH

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

Analisis orientasi Pemasaran TRAVEL Haji dan  
Peran PT Artayyan Al Mubarak di Pekanbaru

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.

Setiap kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.

Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.

Jika 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, 9 Juni 2022  
Yang membuat pernyataan

  
 10000  
 METERAI  
 TAPPEL  
 DABFOAJX855576245

NIM : 11744102617

\* pilih salah satu sesuai jenis karya tulis



: Nota Dinas  
: 1 (satu) Eksemplar  
: Pengajuan Ujian Munaqosyah

Yth. Bapak 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 : Syahrawandi  
NIM : 11744102617  
Program Studi : Manajemen Dakwah  
Judul Skripsi : Analisis Orientasi Pemasaran Travel Haji dan Umroh PT Arrayyan Al Mubarak di Pekanbaru

Kami berpendapat bahwa mahasiswa tersebut dapat mengikuti Ujian 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 terimakasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pekanbaru, 26 Januari 2022  
Pembimbing

Perdamaian, M. Ag  
NIP. 196211 24199603 1 001

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

Khairuddin, M. Ag  
NIP. 197208 17200910 1 002

© 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.



: Nota Dinas  
: 1 (satu) Eksemplar  
: Pengajuan Ujian Munaqosyah

© 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 Syarif Kasim Riau

Yang terhormat,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN  
Suska Riau  
Pekanbaru.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Hormat,  
Setelah kami melakukan bimbingan skripsi sebagaimana mestinya terhadap Saudara :

: Syahrawandi  
: 11744102617  
: Manajemen Dakwah  
: Analisis Orientasi Pemasaran Travel Haji dan Umroh PT Arrayyan Al  
Mubarak di Pekanbaru

Kami berpendapat bahwa mahasiswa tersebut dapat mengikuti Ujian 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.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Pekanbaru, 26 Januari 2022  
Pembimbing

Perdamaian. M. Ag  
NIP. 196211 24199603 1 001

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

Khairuddin. M. Ag  
NIP. 197208 17200910 1 002


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**ABSTRAK**

**Nama : Syahrawandi**  
**Prodi : Manajemen Dakwah**  
**Judul : Analisis Orientasi Pemasaran Travel Haji dan Umroh PT. Arrayan Al Mubarak Di Pekanbaru**

Haji dan umrah merupakan rukun Islam kelima yang wajib dilaksanakan bagi muslim yang telah mampu. Penyelenggaraan Haji dan Umrah di Indonesia dilakukan oleh biro layanan travel atau perjalanan yang diawasi oleh Kementerian Agama. Dengan menyebarnya virus corona di Indonesia dan Negara-negara lainnya, Pemerintah Arab Saudi mengambil keputusan untuk tidak menerima jama'ah yang akan melaksanakan Haji dan Umrah. Sehingga sangat berdampak kepada operasional Biro perjalanan Haji dan Umrah termasuk PT Arrayan Al Mubarak. Oleh karena itu, dalam rangka mempertahankan pelanggan dan mencapai target pihak perusahaan harus terus berfokus pada orientasi pemasaran perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis orientasi pemasaran travel Haji dan Umroh PT Arrayan Al Mubarak di Pekanbaru. Dalam mengukur orientasi pemasaran menggunakan tiga dimensi yaitu, orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi interfunksional. Penelitian ini dilakukan di Al Mubarak di Pekanbaru yang berlokasi di Travel Center Mandiri pekanbaru, dengan sampel sebanyak 94 orang.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu pendekatan yang menggambarkan data secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dari suatu peristiwa serta sifat-sifat tertentu atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail melalui penebaran angket dan kuisioner.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa orientasi pasar di PT Arroyan Al Mubarak berada pada kategori baik dengan nilai interval skor 80-89 sebanyak 35 dari 94 orang (37,23%). Berdasarkan indikator orientasi pasar diketahui bahwa orientasi pelanggan berada pada kategori sangat baik (32,98%), sedangkan orientasi pesaing berada pada kategori baik (34,04%), dan orientasi koordinasi intrafunksional berada pada kategori baik (39,36%).

**Kata Kunci : Orientasi Pemasaran, Travel Haji dan Umroh**



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

## ABSTRACT

**Name** : Syahrawandi  
**Department** : Manajemen Dakwah  
**Title** : Analysis of Hajj and Umrah Travel Marketing Orientation PT. Arrayan Al Mubarak in Pekanbaru

Hajj and Umrah are the fifth pillars of Islam that must be carried out for capable Muslims. The implementation of Hajj and Umrah in Indonesia is carried out by travel or travel service bureaus supervised by the Ministry of Religion. With the spread of the corona virus in Indonesia and other countries, the Government of Saudi Arabia has made the decision not to accept pilgrims who will perform Hajj and Umrah. So that it has an impact on the operations of the Hajj and Umrah travel bureaus including PT Arrayan Al Mubarak. Therefore, in order to retain customers and achieve the target, the company must continue to focus on the company's marketing orientation.

This study aims to analyze the marketing orientation of Hajj and Umrah travel at PT Arrayan Al Mubarak in Pekanbaru. In measuring marketing orientation using three dimensions, namely, customer orientation, competitor orientation, and interfunctional coordination. This research was conducted at Al Mubarak in Pekanbaru, which is located at the Travel Center Mandiri Pekanbaru, with a sample of 94 people.

This research is a quantitative research with a descriptive approach, namely an approach that describes data systematically, factually and accurately about the facts of an event and certain characteristics or tries to describe the phenomenon in detail through the distribution of questionnaires and questionnaires.

Based on the results of the study, it was found that the market orientation at PT Arroyan Al Mubarak was in the good category with an interval score of 80-89 as many as 35 of 94 people (37.23%). Based on market orientation indicators, it is known that customer orientation is in the very good category (32.98%), while competitor orientation is in the good category (34.04%), and the orientation of intra-functional coordination is in the good category (39.36%).

**Keywords** : Marketing Orientation, Hajj and Umrah Travel



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

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Puji syukur senantiasa penulis ucapkan kehadiran Allah SWT. Atas rahmat taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: "Analisis Orientasi Pemasaran Travel Haji dan Umroh PT. Arrayan Al Mubarak Di Pekanbaru", shalawat serta salam tetap terlimpahkan kepada junjungan alam nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya kearah yang benar. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini melibatkan banyak pihak dalam memberikan saran, bimbingan, bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung hingga penulisan skripsi ini terselesaikan dengan baik.

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

1. Teristimewa sekali buat kedua orang tua saya Ayahanda Syamsuddin dan Ibunda Siti Rahma, yang telah membesarkan serta mendo'akan penulis, dan telah banyak memberikan motivasi dan dorongan kepada anaknya sehingga skripsi ini selesai, tanpa mereka berdua penulis tiada artinya. Semoga Allah menjaga mereka dan penulis bermanfaat untuk membahagiakan mereka dunia wal akhirat.
2. Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag, sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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. Dr. Nurdin, MA selaku dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, MA selaku ketua jurusan Manajemen Dakwah dan Kairuddin, S.Ag., M.Ag selaku sekretaris jurusan Fakultas Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Kepada Bapak Perdamaian, M.Ag selaku pembimbing yang telah memberikan motivasi dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan pada penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Karyawan/wati Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan yang baik dan kemudahan dalam administrasi.
8. H. Rudianto Prasetiadi, selaku Direktur PT. Ar-Rayyan Al Mubarak beserta seluruh Karyawan/wati yang sudah memberikan kemudahan bagi penulis dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan skripsi.
9. Kepada teman-teman kelas angkatan 2017 dan teman-teman KKN Inhil Lintas Utara 2019

Semoga semua bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung menjadi amal ibadah dan mendapat pahala yang berlipat ganda disisi Allah SWT.



**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.

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. Semua masukan tersebut akan penulis jadikan sebagai motivator untuk berkarya lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. *Amin Yaa Rabbal „Alamin.*

*Wassalamu"alaikum Wr.Wb*

Pekanbaru, Desember 2021  
Penulis

**SYAHRAWANDI**  
**NIM.11744102617**

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

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Penegasan Istilah .....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	7
F. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
A. Landasan Teori .....	9
1. Orientasi Pemasaran .....	9
2. Travel Haji dan Umroh .....	14
B. Penelitian Terdahulu.....	19
C. Kerangka Konsep dan Operasional Variabel.....	24
1. Kerangka Konsep.....	24
2. Operasional Variabel .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Jenis dan Penelitian .....	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
C. Populasi dan Sampel.....	27
D. Variabel Penelitian .....	28
E. Sumber Data .....	28
1. Data Primer .....	28
2. Data Sekunder.....	29
F. Teknik Pengumpulan Data .....	29



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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

G. Uji Validitas dan Realibilitas.....	30
H. Teknik Analisis Data .....	31
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>33</b>
A. Deskripsi PT Arrayyan Al Mubarak.....	33
B. Visi dan Misi PT Ar Rayyan Al Mubarak.....	34
1. Visi PT Ar Rayyan Al Mubarak .....	34
2. Misi PT Ar Rayyan Al Mubarak.....	34
<b>BAB V HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Hasil Penelitian.....	35
B. Uji Validitas dan Reabilitas.....	35
C. Analisa Deskriptif.....	36
D. Pembahasan .....	48
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>52</b>
A. Kesimpulan.....	52
B. Saran.....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Penjualan PT Arrayyan Al Mubarak Tahun 2016 – 2020 dengan Biaya Promosi .....	4
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 2. 2	Konsep Operasional Variabel .....	25
Tabel 3. 1	Pilihan Jawaban Skala Likert.....	30
Tabel 3. 2	Kategori Pencapaian Responden .....	32
Tabel 5. 2	Uji Validitas Instrumen.....	35
Tabel 5. 3	Uji Reabilitas Instrumen Penelitian .....	36
Tabel 5. 4	Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	37
Tabel 5. 5	Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 5. 6	Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	38
Tabel 5. 7	Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 5. 8	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Indikator Orientasi Pelanggan.....	39
Tabel 5. 9	Kategori Jawaban Responden Pada Indikator Orientasi Pelanggan.....	41
Tabel 5. 10	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Indikator Orientasi Pesaing.....	42
Tabel 5. 11	Kategori Jawaban Responden Pada Indikator Orientasi Pelanggan.....	44
Tabel 5. 12	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Indikator Koordinasi Intrafungsional .....	45
Tabel 5. 13	Kategori Jawaban Responden Pada Indikator Orientasi Pelanggan.....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konsep .....	24
Gambar 4. 1 Logo PT Ar Rayyan Al Mubarak.....	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 satu 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 satu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Haji dan umrah merupakan rukun Islam kelima yang wajib dilaksanakan bagi muslim yang telah mampu. Haji diwajibkan pada tahun kesembilan Hijriyah yakni setelah Islam berkembang dan memperoleh kemajuan di Madinah. Tiap tahun lebih dari 2,5 juta umat muslim menunaikan ibadah Haji. Sedangkan umrah merupakan kegiatan yang hampir sama dilaksanakan seperti haji namun hukumnya sunnah yang berbeda dari waktu pelaksanaan, rukun serta hukum yang mengaturnya. Namun secara umum, haji dan umrah memiliki permintaan yang tinggi bagi penduduk muslim di Indonesia agar tercapainya kesempurnaan dalam beribadah kepada Allah yang sejalan dengan Firman Allah pada Surah Ali ‘Imran Ayat 97.

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

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 mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam<sup>1</sup>

<sup>1</sup> R I Departemen Agama, “Al-‘Aliyy: Al-Qur’an dan Terjemahnya,” Diponegoro, Bandung, 2005, 49.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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.

Penyelenggaraan Haji dan Umrah di Indonesia dilakukan oleh biro layanan travel atau perjalanan yang diawasi oleh Kementerian Agama. Pelayanan jasa yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan selanjutnya diatur dalam paket dan program oleh perusahaan tersebut untuk mewujudkan keingin masyarakat Indonesia dalam menunaikan ibadah haji dan umroh. Agar tujuan pelaksanaan ibadah haji dan umrah selalu sukses dan mencapai target yang ingin dicapai, maka perlu adanya manajemen, baik manajemen dibidang pelayanan, penyuluhan dan bimbingan, manasik dan sebagainya. Sehingga apa yang menjadi cita-cita jamaah dalam menunaikan ibadah haji dan umrah ini bisa di peroleh secara sempurna dan memuaskan. Konsumen yang akan menetapkan pembeliannya pada biro perjalanan haji dan umroh tentu akan memperhatikan aspek-aspek tersebut dalam memutuskan pilihannya.

Manajemen perusahaan travel haji dan umrah di seluruh Indonesia agar tetap dapat bertahan dan berkembang harus meningkatkan kualitas dan tingkat keuntungan laba milik perusahaan tersebut. Tujuan akan berhasil apabila memperhatikan orientasi pemasarannya. Pada sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa *tour* dan travel haji dan umrah agar perusahaan tetap berkembang salah satu caranya adalah dengan memperhatikan peningkatan jumlah jama'ah yang memakai jasa perusahaan tersebut. Adapun cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam menarik minat calon jama'ah memasarkan produknya dengan cara pemasaran langsung (bertatap muka langsung dengan para jama'ah), melalui penyebaran brousur, dengan komunikasi melalui *whatsapp* atau sosial media, dan melalui surat kabar agar calon jamaah merasa tertarik dan percaya dengan jasa yang disediakan oleh perusahaan tour travel haji dan umroh.

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PT. Arrayyan Al Mubarak haji umrah yang bergerak di bidang travel haji dan umroh beralamatkan kantornya di Tangerang, namun memiliki kantor perwakilan di masing-masing kabupaten/Kota pada beberapa provinsi di Indonesia. PT. Arrayyan Al Mubarak bekerjasama dengan Travel Center Mandiri Pekanbaru menawarkan sebuah program yaitu haji reguler dan haji plus selain itu PT. Arrayyan Al Mubarak juga menyediakan kepada calon jamaah yang ingin pergi umroh program umroh regular, umroh plus dan umroh Ramadhan. Hal ini mempengaruhi minat calon jamaah dalam memilih paket umrah atau haji dengan program yang sesuai keinginan konsumen.

Berdasarkan observasi awal didapatkan data bahwa PT Arrayyan Al Mubarak selama ini sering memberikan penawaran harga paket yang tidak stabil atau berubah-ubah. Hal ini terjadi karena harga dolar yang naik turun. Akibatnya, konsumen mencari travel agent lain yang mampu menawarkan paket umroh yang lebih menarik. Untuk menanggulangi hal tersebut maka pada tahun 2019 PT Arrayanyah Al Mubarak memberikan berbagai promo seperti *buy 3 get 1 free* dengan cicilan hingga 12 bulan. Promo ini diberikan karena selama beberapa tahun sebelumnya PT Arrayyan Al Mubarak mengalami penurunan akibat meningkatnya kompetitor pada usaha travel agent sehingga persaingan begitu ketat. Untuk lebih jelas maka dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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.

**Tabel 1. 1**  
**Penjualan PT Arrayyan Al Mubarak Tahun 2016 – 2020 dengan Biaya Promosi**

Tahun	Target	Penjualan	Minus /Plus	% Pencapaian	Keterangan
2016	1000	1250	250	20%	Tercapai
2017	1500	1589	89	6%	Tercapai
2018	2000	2064	64	3%	Tercapai
2019	2500	2453	-47	-2%	Tidak Tercapai
2020	3000	1549	-1451	-94%	Tidak Tercapai

Sumber: PT Arrayyan Al Mubarak (2021)

Pada tabel 1.1 terlihat bahwa pada tahun 2019-2020 penjualan paket umroh PT Arrayyan Al Mubarak tidak mencapai target yang ditetapkan perusahaan. Akibatnya perusahaan mengalami kerugian dari segi biaya promosi. Permasalahan ini mengindikasikan adanya fenomena orientasi pemasaran pada PT Arrayyan Al Mubarak. Penyebab tidak tercapainya target pada tahun 2019 belum diketahui oleh PT Arrayyan Al Mubarak, Namun salah satu penyebab turunnya target penjualan pada tahun 2020 dan 2021 adalah akibat terjadi pandemi COVID-19 sehingga menyebabkan aktivitas perusahaan sementara berfokus untuk mempertahankan pelanggan yang sudah mendaftar dan meningkatkan pembelian paket haji dan umroh. Dengan menyebarnya virus corona di Indonesia dan Negara-negara lainnya, Pemerintah Arab Saudi mengambil keputusan untuk tidak menerima jama'ah yang akan melaksanakan Haji dan Umrah. Sehingga seluruh jamaah yang telah mendaftar maupun yang akan mendaftar untuk melaksanakan haji dan umrah akan diundur jadwal keberangkatannya. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Agama menerbitkan keputusan Menag RI Nomor 660 Tahun 2021 tentang Pembatalan Keberangkatan Jemaah Haji pada Penyelenggaraan Ibadah Haji Tahun 1443 H 2021 M. Dengan

#### 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 satu 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.

© pembatalan ibadah haji dan umrah sangat berdampak kepada operasional Biro perjalanan Haji dan Umrah termasuk PT Arrayan Al Mubarak. Meskipun demikian, dalam rangka mempertahankan pelanggan dan mencapai target pihak perusahaan harus terus berfokus pada orientasi pemasaran perusahaan.

Orientasi pasar atau pemasaran merupakan strategi penetapan sasaran konsumen dalam membangun perusahaan untuk berfokus pada layanan konsumen sehingga memberikan dasar pada kompetisi bisnis agar layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan berfokus pada pelanggan dalam rangka memenangkan persaingan bisnis. Orientasi pasar sebagai sebuah filosofi bisnis dapat diartikan dengan bagaimana organisasi mengimplementasikan konsep orientasi pasar dalam aktifitas dan perilaku organisasi tersebut. Oleh karena itu organisasi yang berorientasi pasar adalah organisasi yang tindakan-tindakannya konsisten dengan konsep pemasaran. Orientasi pasar ditentukan oleh tiga faktor pendukung yaitu manajemen senior, dinamika antar bagian, dan sistem organisasional. Menurut Bamfo dan Kra, orientasi pemasaran dapat diukur dari tiga dimensi yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antara fungsi.<sup>2</sup>

Dalam merespon kebutuhan perusahaan, orientasi pada pasar yang baik dari sebuah perusahaan akan memberikan kontribusi pada penerapan strategi pemasaran yang baik oleh pihak manajemen, hal ini tentunya akan berdampak pada tingkat keefektifitasan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan akan semakin baik seiring dengan semakin baiknya orientasi perusahaan pada pasar sasaran. Kinerja didefinisikan sebagai hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dapat

<sup>2</sup> Bylon Abeeku Bamfo dan Jerry Jay Kraa, "Market orientation and performance of small and medium enterprises in Ghana: The mediating role of innovation," *Cogent Business & Management* 6, no. 1 (2019): 1605703.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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.

dicapai oleh seseorang atau organisasi.<sup>3</sup> Pada perusahaan sektor jasa khususnya travel haji dan umroh perkembangan persaingan bisnis tentulah menjadi fondasi penting agar dapat bersaing dan bertahan pada kondisi bisnis yang kompetitif. Persaingan dalam penjualan produk sejenis pada tour dan travel haji dan umroh menuntut PT Arrayyan Al Mubarak untuk memiliki orientasi pasar. Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**ORIENTASI PEMASARAN TRAVEL HAJI DAN UMROH PT ARRAYYAN AL MUBARAK DI PEKANBARU**”.

## B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman makna dalam memahami penelitian ini, perlu dijelaskan beberapa istilah, antara lain :

### 1. Orientasi Pemasaran

Orientasi Pemasaran merupakan suatu strategi yang diperuntukkan untuk menjalankan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan yang berfokus pada memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui produknya.

### 2. Haji

Menurut *Ishaq Farid* haji itu merupakan bersengaja menziarahi ka'bah dengan melakukan serangkaian ibadah di masjidil haram dan sekitarnya, dengan niat karena Allah subhanahu wata'ala.<sup>4</sup> Sedangkan menurut penulis haji merupakan suatu ibadah yang dilaksanakan di

<sup>3</sup> AA Anwar Prabu Mangkunegara, *Evaluasi Kinerja SDM*, Cet. VIII (Bandung: Refika Aditama, 2017).

<sup>4</sup> Ishaq Farid, *Ibadah Haji Dalam Filsafat Hukum Islam* (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 1999),

**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 satu 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.

mekkah dengan melaksanakan ibadah tertentu dengan waktu yang tertentu pula.

3. Umroh

Umrah merupakan berziarah (*I'timar*) ke ka'bah dengan mengelilinginya, kemudian sai antara safa dan marwa serta mencukur rambut dan tanpa wukuf di arafah.<sup>5</sup> Sedangkan menurut penulis umrah yaitu mengunjungi baitullah dengan melaksanakan ibadah tertentu tanpa di tentukan waktunya.

### C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana gambaran umum orientasi pemasaran travel haji dan umroh PT Arrayyan Al Mubarak di Pekanbaru?”.

### D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis orientasi pemasaran travel Haji dan Umroh PT Arrayyan Al Mubarak di Pekanbaru

### E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis.
  - a. Penelitian ini berguna sebagai tambahan referensi bagi peneliti lainnya yang terkait dengan analisis orientasi pemasaran travel haji dan umroh PT Arrayyan Al Mubarak di Pekanbaru sehingga nantinya dapat menjadi rujukan dalam melakukan penelitian yang serupa.

<sup>5</sup> Muhammad Baqir Al-habsi, *Fiqh Praktis*, (Bandung : Mizan, 1999), 377.

**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 satu 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. Hasil penelitian ini juga berguna bagi mahasiswa Manajemen Dakwah untuk menambah wawasan akademis dan semoga bermanfaat bagi pembaca.
2. Manfaat Praktis.
  - a. Memberikan sumbangan pemikiran di bidang ilmu pengetahuan
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya hasanah ilmu pengetahuan dan Ilmu Manajemen Dakwah
  - c. Untuk menambah wawasan pembaca pada umumnya dan penulis khususnya mengenai permasalahan dalam penelitian ini.

**F. Sistematika Penulisan**

Untuk mengetahui secara keseluruhan terhadap penelitian ini, dapat penulis lampirkan sistematika penulisan sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Berisikan tentang latar belakang masalah, penegasan istilah, batasan masalah, rumusan masalah, Tujuan dan kegunaan penelitian, dan Sistematika penulisan.

**BAB II : KAJIAN TEORI**

Pada bab ini berisikan tentang kajian teori, kajian terdahulu dan kerangka operasional.

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Yang berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validasi dan teknik analisis data.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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

## TINJAUAN PUSTAKA

## A. Landasan Teori

## 1. Orientasi Pemasaran

## a. Pengertian Orientasi Pemasaran

Orientasi pemasaran merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Perusahaan yang berorientasi pemasaran senantiasa menggunakan informasi pasar untuk memenuhi kebutuhan pelanggan pada saat ini maupun prediksi/antisipasi kebutuhan dimasa depan.<sup>6</sup> Orientasi Pemasaran adalah suatu aktivitas pencarian informasi pasar, termasuk kebutuhan konsumen sekarang dan yang akan datang, pendistribusian informasi tersebut berjalan lintas fungsional dan organisasi secara keseluruhan menanggapi dengan baik informasi tersebut.<sup>7</sup> orientasi pemasaran adalah kemampuan perusahaan menciptakan nilai-nilai unggul secara berkelanjutan dalam persaingan pasar.<sup>8</sup>

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa orientasi pemasaran adalah pelaku usaha yang melakukan strategi usahanya untuk meningkatkan kinerjanya dan memuaskan pelanggan sangat penting untuk operasi bisnis dan keberhasilan.

## b. Fungsi Orientasi Pemasaran

<sup>6</sup> Adinoto, "Pengaruh Orientasi Pasar dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kepekaan Perusahaan dan Implikasinya pada Kinerja Perusahaan: Studi pada Penyalur Sepeda Motor di Indonesia," *ULTIMA Management: Jurnal Ilmu Manajemen* 2, no. 1 (2013): 1–14, doi:<https://doi.org/10.31937/manajemen.v2i1.166>.

<sup>7</sup> Agus W Soehadi, *A Value Creation Approach : Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Nilai Saham Perusahaan* (Jakarta: Prasetiya Mulya Publishing, 2012), 12.

<sup>8</sup> Muhammad Bukhori Dalimunthe, "Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk," *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* 3, no. 1 (2017): 21.



**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 satu 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.

Orientasi pemasaran berfungsi sebagai budaya bisnis yang mampu secara efektif dan efisien menciptakan perilaku karyawan sedemikian rupa sehingga menunjang upaya penciptaan nilai superior bagi para pelanggan.<sup>9</sup> Orientasi pemasaran berfungsi untuk menekankan kebijakan strategik perusahaan kepada konsumen dengan memahami reaksi pesaing dan mewujudkan lingkungan internal yang kondusif.<sup>10</sup> Orientasi pasar memiliki beberapa fungsi, yaitu:

1. Mengarahkan perusahaan pada diferensiasi dan efisiensi produk berdasarkan orientasi pasar.
2. Mengarahkan para manajer untuk mengurangi penekanan orientasi produk untuk merespon pasar.
3. Mengarahkan sistem organisatorial, seperti formalisasi dan sentralisasi, akan ditentukan secara berurutan dan tidak akan berdiri sendiri.<sup>11</sup>

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan fungsi orientasi pemasaran adalah sebagai budaya bisnis yang berkomitmen untuk terus berkreasi dalam menciptakan nilai unggul bagi pelanggan.

**c. Faktor-faktor Orientasi Pemasaran**

Menurut Kohli<sup>12</sup> berpendapat bahwa ada tiga hal yang menjadi faktor utama orientasi pemasaran yaitu: manajemen puncak organisasi, dinamika antar departemen, dan sistem organisasi.

<sup>9</sup> Fandy Tjiptono and Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, 2nd edn (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), 31.

<sup>10</sup> Ade Octavia, "Faktor-Faktor Pendorong Terbentuknya Orientasi Pasar Ekspor Batik Jambi," *Jurnal Dinamika Manajemen* 1, no. 2 (2013): 143.

<sup>11</sup> Ali Hasan, *Marketing* (Yogyakarta: Media Presindo, 2010), 110.

#### 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. Manajemen puncak

Manajemen puncak diyakini memainkan peranan penting dalam membentuk nilai dan orientasi organisasi. Apabila manajer puncak tidak menekankan pentingnya bersikap *responsive* terhadap kebutuhan pelanggan, maka organisasi bersangkutan akan sulit berubah menjadi *market-oriented*. Penguatan (*reinforcement*) dari manajemen puncak akan pentingnya orientasi pemasaran akan memotivasi setiap individu dalam organisasi untuk memantau setiap perubahan pasar, berbagi inteligensi pasar dengan organisasi lainnya, dan bersikap *responsive* terhadap kebutuhan pasar.

Responsivitas terhadap perubahan kebutuhan pelanggan sering menuntut introduksi produk dan jasa baru untuk memenuhi harapan dan kebutuhan baru. Padahal, produk, jasa dan program pemasaran baru tidak bisa lepas dari resiko kegagalan yang sering jauh lebih besar dibandingkan produk yang sudah mapan. Oleh sebab itu, kesediaan dan keberanian manajemen puncak mengambil resiko dan menerima kegagalan yang sifatnya *occasional* sebagai sesuatu yang alamiah akan berdampak pada kemampuan mewujudkan orientasi pemasaran dalam organisasi yang dipimpinnya.

### 2. dinamika antar departemen

meliputi konflik dan keterkaitan antar departemen. Meskipun tidak berdampak pada pengumpulan inteligensi pasar, konflik antar departemen berpotensi menghambat proses komunikasi internal yang

<sup>12</sup> Ajay K Kohli, Bernard J Jaworski, dan Nabil Shabshab, "Customer centricity: a multi-year journey," in *Handbook on Customer Centricity* (Edward Elgar Publishing, 2019), 701.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

pada gilirannya bisa mengganggu aktivitas penyebarluasan inteligensia pasar dan responsivitas organisasi. Sementara itu keterkaitan antar departemen (*interdepartmental connectedness*) menunjukkan tingkat kontak langsung formal dan informal antar karyawan dari departemen yang berbeda. Keterkaitan seperti ini bisa memfasilitasi interaksi dan pertukaran informasi serta pemanfaatan aktual terhadap informasi yang tersedia. Oleh sebab itu, semakin besar tingkat keterkaitan antar departemen, maka semakin besar pula kemungkinan terwujudnya penyebarluasan inteligensi pasar dan responsivitas organisasi.

### 3. Sistem Organisasi

variabel struktur organisasi (formalisasi, sentralisasi dan departementalisasi) berpengaruh negatif terhadap pengumpulan inteligensi pemasaran, penyebarluasan inteligensi pemasaran dan perancangan respon, namun berdampak positif pada implementasi respon. Formalisasi menunjukkan sejauh mana aturan (*rules*) merumuskan peran (*roles*), hubungan antar wewenang, komunikasi, norma, sanksi, dan prosedur organisasi. Sentralisasi mengacu pada tingkat pendelegasian wewenang dalam organisasi dan tingkat partisipasi organisasi dalam proses pengambilan keputusan. Departementalisasi merujuk pada jumlah departemen dimana aktivitas organisasi dikelompokkan. Sementara itu, sistem imbalan yang menekankan *market-based factor* (seperti kepuasan pelanggan) untuk mengevaluasi dan menentukan remunerasi (kompensasi)

**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.

karyawan berdampak positif bagi proses pengumpulan dan penyebarluasan inteligensi pasar serta responsivitas organisasi.<sup>13</sup>

**d. Indikator Orientasi Pemasaran**

Orientasi pemasaran dapat diukur dari tiga dimensi:<sup>14</sup>

## 1) Orientasi pelanggan

Komitmen kepada pelanggan, mendorong konsumen memberikan masukan, menilai kepuasan pelanggan secara berkala, dan layanan purna jual penting dalam strategi bisnis.

## 2) Orientasi pesaing

Memonitor upaya pemasaran yang dilakukan pesaing, mengumpulkan informasi tentang pesaing, mendiskusikan langkah yang dilakukan pesaing, menyadari pesaing akan mengambil pelanggan.

## 3) Koordinasi interfunksional

Informasi pasar dibagikan di dalam usaha, adanya keterlibatan seluruh karyawan dalam mempersiapkan perencanaan, melakukan pekerjaan dengan baik mengintegrasikan kegiatan, mengadakan pertemuan untuk membahas tren dan perkembangan pasar, setiap unit berfungsi dengan baik untuk mendorong pertumbuhan bisnis.

<sup>13</sup> Hartelina, "Orientasi Pasar Pada UMKM Di Kabupaten Karawang," in *PROSIDING FRIMA-2019* (Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi, 2019), 701.

<sup>14</sup> Bamfo dan Kraa, *op. cit.*

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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. Travel Haji dan Umroh

### a. Pelayanan Administrasi

Pelayanan administrasi meliputi adanya pengembangan program dan pelaksanaan metode.<sup>15</sup> Pelayanan administrasi adalah suatu proses pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan berupa pencatatan, pengambilan keputusan, dokumentasi, dan kegiatan tata usaha. Pelayanan administrasi secara keseluruhan menghasilkan produk berupa dokumen. Dalam ibadah haji dan umroh, Pelayanan Administrasi harus dilakukan sebaik mungkin untuk meminimalisir kesalahan dalam pendataan mulai dari proses pendaftaran, pembayaran, surat keimigrasian dan sebagainya yang berhubungan dengan pendataan para calon jamaah.<sup>16</sup>

Administrasi adalah seluruh proses kegiatan yang dilakukan dan melibatkan semua orang secara bersama-sama dalam organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan, mulai dari proses pencatatan, pembayaran, dokumentasi, dan kegiatan tata usaha.

### b. Bimbingan Manasik

Penyelenggaraan Ibadah Haji di Indonesia telah diatur dengan adanya Undang-Undang Nomor 13 tahun 2008 tentang Ibadah Haji.<sup>17</sup> Salah satu isi UU tersebut menyatakan bahwa pemerintah berkewajiban memberikan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan bagi setiap

<sup>15</sup> Miftahul Huda, "Model Manajemen Fundraising Wakaf," *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah* 13, no. 1 (2013): 35.

<sup>16</sup> Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, Ed.1, Prin (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 20.

<sup>17</sup> Lembaran Negara Republik Indonesia, "Undang Nomor 13 tahun 2008 tentang Ibadah Haji" (Jakarta: Lembaran Negara Republik Indonesia, 2008).

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

jamaah haji semenjak dari tanah air, di Arab Saudi, sampai kembali ke tanah air.<sup>18</sup> Masih dalam lanjutan UU tersebut (terutama Pasal 8 ayat 2), menyebutkan bahwa penyelenggaraan ibadah haji merupakan tugas nasional dan menjadi tanggung jawab pemerintah. Salah satu bagian penting dari penyelenggaraan ibadah haji adalah pelaksanaan Bimbingan Manasik Haji (BMH). Dengan demikian maka kewajiban pemerintah untuk menyelenggarakan kegiatan bimbingan manasik haji yang intensif bagi para calon jamaah haji tersebut.

Hal tersebut dikuatkan dengan peraturan turunan sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Agama (PMA) No 14 th 2012 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji Reguler, Pasal 15:

1. Pemerintah wajib memberikan bimbingan kepada Jemaah Haji sejak sebelum keberangkatan, selama dalam perjalanan, selama di Arab Saudi sampai dengan kepulangan ke Indonesia.
2. Bimbingan sebelum keberangkatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan bagi Jemaah Haji yang berhak melunasi BPIH dalam alokasi kuota musim haji tahun berjalan.<sup>19</sup>

Begitu pentingnya peran pemerintah dan juga kegiatan bimbingan manasik haji tersebut, karena program bimbingan ibadah haji merupakan sebuah upaya besar dalam rangka membekali calon jamaah haji dengan informasi dan pengetahuan tentang perhajian, baik yang menyangkut

<sup>18</sup> M. Shidqon Prabowo, "Perlindungan Hukum Jama'ah Haji Indonesia dalam Perspektif Perlindungan Konsumen.," *Jurnal Ilmu Hukum Ligitasi* 15, no. 1 (2014): 2093–2133, doi:<http://dx.doi.org/10.23969/litigasi.v15i1.72>.

<sup>19</sup> Menteri Agama, "Peraturan Menteri Agama (PMA) No 14 th 2012 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji Reguler, Pasal 15" (Jakarta: Peraturan Menteri Agama, 2012).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

manasik maupun proses pelaksanaan perjalanannya, sehingga calon jamaah haji dapat melaksanakan ibadah haji dengan baik.

Peraturan Menteri Agama (PMA) No 14 th 2012 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji Reguler, Pasal 16 ayat (4) disebutkan bahwa BMH bagi jamaah haji meliputi manasik haji, perjalanan dan pelayanan haji, kesehatan, serta hak dan kewajiban jamaah.<sup>20</sup> Bimbingan dan pelayanan terhadap penyelenggaraan ibadah haji dilakukan di tingkat Kantor Kementerian Agama Kabupaten / Kota (Kankemenag) dan KUA Kecamatan (PMA No. 9/2014 Tentang Bimbingan Manasik bagi Jemaah Haji Reguler oleh Kantor Urusan Agama Kecamatan).<sup>21</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penyelenggara kegiatan bimbingan manasik haji sejatinya dilakukan melalui koordinasi Kantor Kementerian Agama di tingkat Kabupaten/Kota, yang mensinergikan hasil-hasil capaian bimbingan manasik haji yang dilakukan oleh Kantor Urusan Agama dan bantuan dari Pemda setempat.

### c. Transportasi

Transportasi diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Peranan transportasi sangat penting untuk saling menghubungkan daerah sumber bahan baku, daerah produksi, daerah pemasaran dan daerah pemukiman sebagai tempat

<sup>20</sup> Menteri Agama, "Peraturan Menteri Agama (PMA) No 14 th 2012 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji Reguler, Pasal 16 ayat (4)" (Jakarta: Peraturan Menteri Agama, 2012).

<sup>21</sup> Menteri Agama, "Peraturan Menteri Agama Nomor 9 Tahun 2014 Tentang Bimbingan Manasik bagi Jemaah Haji Reguler oleh Kantor Urusan Agama Kecamatan" (Jakarta: Peraturan Menteri Agama, 2014).

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

tinggal konsumen.<sup>22</sup> Dalam regulasi PMA Nomor 25 Tahun 2015 BAB IV Pasal 7 juga disinggung terkait kelayakan penyediaan transportasi udara jemaah haji, salah satunya dengan memberikan kesempatan kepada perusahaan penerbangan untuk ikut tender dalam penerbangan haji, tentunya dengan berbagai persyaratan administrasi sehingga dapat dipastikan pesawat layak untuk operasional penerbangan jemaah haji dari keberangkatan hingga kepulangan jemaah haji Indonesia.<sup>23</sup> Menteri Agama harus berkoordinasi dengan Menteri Perhubungan bertanggung jawab memberi pelayanan transportasi jemaah haji ke Arab Saudi dan pemulangannya ke tempat bandar udara embarkasi asal di Indonesia.<sup>24</sup>

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa regulasi mengenai transportasi merupakan hal yang sangat penting, memerlukan adanya pengelolaan khusus yang mengurus masalah kegiatan haji yang menyangkut pelayanan-pelayanan yang akan diberikan kepada calon jemaah haji Indonesia dari masa keberangkatan sampai dengan kepulangan.

#### d. Akomodasi

Akomodasi adalah salah satu unsur penting yang harus diperhatikan oleh para penyelenggara ibadah haji dan umrah. Penyelenggaraan harus memberikan akomodasi dengan baik dan memuaskan sehingga para jemaah lebih khusyuk dalam menjalankan ibadah. Pelayanan akomodasi dimaksud antar lain pelayanan jasa

<sup>22</sup> Abbas Salim, *Manajemen Transportasi*, Edisi 1, C (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 6.

<sup>23</sup> Leni Leanita, *Implementasi Regulasi Transportasi Udara Dalam Pelayanan Keberangkatan Dan Pemulangan Jemaah Haji Indonesia* (Jakarta, 2020), p 1.

<sup>24</sup> K Martono and Amad Sudiro, *Aspek Hukum Transportasi Udara Jamaah Haji Indonesia* (PT RajaGrafindo Persada, 2013), 10.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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.

menginap yang dilengkapi dengan pelayanan makan, minum, serta jasa lainnya.<sup>25</sup> Dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang penyelenggaraan Haji dan Umroh yaitu pengadaan akomodasi bagi Jamaah dilakukan dengan memperhatikan syarat-syarat Kesehatan, kenyamanan, kemudahan, dan keamanan jamaah haji beserta barang bawanya.<sup>26</sup> akomodasi itu sendiri adalah wahana yang menggunakan pelayanan jasa penginapan yang dilengkapi dengan pelayanan makanan dan minuman serta jasa lainnya.<sup>27</sup>

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa akomodasi adalah salah satu unsur penting dalam penyediaan jasa Tour&Travel. Karena dengan adanya akomodasi baik yang disediakan oleh jasa Tou&Travel dapat menghasilkan kenyamanan kepada pelanggan dan dapat meningkatkan peluang bertambahnya pelanggan.

#### e. Konsumsi

Konsumsi adalah kelayakan dalam penyajian makanan yang memenuhi standar gizi dan higienis merupakan *service* yang menjadikan para jamaah menjadi merasa nyaman, dan mereka akan merasakan biaya yang mereka keluarkan untuk melaksanakan ibadah haji maupun umrah menjadi seimbang bila fasilitas yang mereka terima dan rasakan itu membuat mereka nyaman.<sup>28</sup> Kelayakan dalam penyajian makanan yang memenuhi standar gizi dan higienis merupakan pelayanan yang

<sup>25</sup> Firman Agung Amami, *Manajemen Pelayanan Prima Dapat Menguatkan Jamaah Haji Dan Umrah Biro Khusus Qoshwa Tours and Travel Cirebon* (Cirebon, 2019), 27.

<sup>26</sup> Departemen Agama RI, 'Undang-Undang Penyelenggaraan Ibadah Haji' (Jakarta: Departemen Agama, 2008), 13.

<sup>27</sup> Furqon Mukminin, *Manajemen Pelayanan Biro Perjalanan Haji Dan Umrah (Studi Kasus Di Sultan Agung Tour & Travel Semarang)* (Semarang, 2015), 49.

<sup>28</sup> Mukminin, 49.



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

menjadikan jamaah merasa nyaman dan puas.<sup>29</sup> konsumsi harus memperhatikan antara kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan menjadi sebuah hal yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum memenuhi keinginan.<sup>30</sup>

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa konsumsi adalah salah satu hal penting yang harus diperhatikan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Hal yang harus diperhatikan dalam penyediaan konsumsi adalah terpenuhinya standar gizi dan makanan yang di konsumsi terjamin higienis. Dengan tetap memperhatikan sisi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

**B. Penelitian Terdahulu**

**Tabel 2. 1  
Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Refli Antasa (2020) <sup>31</sup>	Strategi Pemasaran Tour dan Travel Haji dan Umrah dalam Menarik Minat Calon Jama'ah pada PT. Al-Multazam Bandar Lampung	Variabel X1: Strategi Pemasaran  Variabel X2: Tour dan Travel Haji dan Umrah  Variabel Y: Menarik Minat Calon Jama'ah	strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Al-Multazam dalam menarik minat calon jama'ah adalah dalam konteks strategi yang digunakan sudah berfungsi dengan baik, dan pemasaran yang digunakan dengan bauran pemasaran syariah yang terdiri dari strategi produk, Strategi Harga, Strategi Distribusi, Strategi Promosi,

<sup>29</sup> Fuji Sarah, *Analisis Manajemen Pelayanan Calon Jamaah Haji Dan Umrah Di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Kampar Tahun 2019* (Pekanbaru, 2021), 27.

<sup>30</sup> Fachrudin Fiqri Affandy, 'Perilaku Konsumen Muslim Di Indonesia Terhadap Ibadah Umroh: Antara 'Ubudiyah Dan Gaya Hidup', *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1.2 (2020), 85.

<sup>31</sup> Refli Antasa, "Strategi Pemasaran Tour dan Travel Haji dan Umrah dalam Menarik Minat Calon Jama'ah pada PT. Al-Multazam Bandar Lampung" (Lampung, 2020).

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
2	Nasrun Nazarudin (2020) <sup>32</sup>	Analisis Strategi Pemasaran dan Pelayanan dalam Upaya Peningkatan Kualitas Daya Saing Biro Perjalanan Haji dan Umroh Prospektif Ekonomi Syari'ah	Variabel X1: Analisis Strategi Pemasaran dan Pelayanan Variabel X2: Peningkatan daya saing biro perjalanan haji dan unrah Variabel Y: Ekonomi Syari'ah	manusia, Proses, bentuk fisik, janji dan sabar. secara keseluruhan yang dilakukan oleh setiap badan usaha terkhusus seperti pelayanan ibadah haji dan umroh harus memperhatikan standarisasi ketentuan berbagai instansi negara. Selebihnya dilakukan dalam menentukan sebuah kebijakan dan penawaran produk yang berimbang dan bersaing dengan tidak saling menggesek serta men-jutsment pihak-pihak terkait dengan asumsi untuk mendapatkan prestis seperti yang diharapkan.
3	Manggabarani (2014) <sup>33</sup>	Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Daya Saing dalam Memilih Paket Umroh pada Biro Perjalanan PT. Maktour di Makassar	Variabel X1: Pengaruh Strategi Pemasaran Variabel X2: Peningkatan Daya saing Variabel Y: Memilih Paket Umroh pada Biro Perjalanan	strategi pemasaran yang terdiri atas segmentasi, target dan posisi pasar secara bersama-sama berpengaruh terhadap daya saing dalam memilih paket umroh pada PT. Maktour di Makassar. Secara parsial variabel strategi pemasaran segmentasi yang dominan berpengaruh terhadap daya saing dalam memilih paket umroh pada PT. Maktour di Makassar.
4	Muhimmah (2018) <sup>34</sup>	Analisis Strategi Pelayanan Jamaah	Variabel X1: Strategi Pelayanan	analisis strategi dalam melayani jamaah

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

<sup>32</sup> H. M. Nasrun Nazaruddin dan Rahmat Hidayat, "Analisis Strategi Pemasaran dan Pelayanan dalam Upaya Peningkatan Kualitas Daya Saing Biro Perjalanan Haji dan Umroh Prospektif Ekonomi Syari'ah," *NIZHAM: Jurnal Studi Keislaman* 8, no. 1 (2020): 96–111, doi:<https://doi.org/10.32332/nizham.v8i01.2090>.

<sup>33</sup> Reyhan Risquallah Manggabarani, "Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Daya Saing dalam Memilih Paket Umroh pada Biro Perjalanan PT. Maktour di Makassar" (Makassar, 2014).

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Ibadah Haji dan Umroh dalam Membangun Citra Positif pada PT. Ebad Alrahman Wisata Surabaya	Jamaah Haji dan Umroh  Variabel Y: Membangun Citra Positif	ibadah haji dan umroh untuk membangun citra yang positif dimata masyarakat adalah dengan menerapkan strategi pelayanan yang baik dari mulai penyambutan jamaah ketika awal bertamu, kemudian mendaftar, dan sampai pada pelaksanaan ibadah haji dan umrohnya.
5	Muna (2018) <sup>35</sup>	Strategi Manajemen Pemasaran di Biro Haji dan Umroh PT. Arwaniyyah Tour & Travel Kudus	Variabel X1: Strategi Manajemen Pemasaran  Variabel Y: Biro Haji dan Umroh	Perencanaan yang dilakukan PT. Arwaniyyah Tour & Travel dalam melayani calon jamaah yaitu dengan memberikan fasilitas atau layanan yang terbaik. Untuk memberikan pelayanan yang baik PT. Arwaniyyah Tour & Travel memiliki standar pelayanan yang diberikan oleh calon jama'ah yaitu: Pelayanan Administrasi dan Pelayanan Bimbingan.
6	Jannah (2018) <sup>36</sup>	Strategi Pemasaran pada Biro Perjalanan PT. Fela Tour Travel dalam Menghadapi Persaingan Bisnis antar Jasa Penyelenggaraan Umrah dan Haji Plus di Kota Demak	Variabel X1: Strategi Pemasaran  Variabel X2: Persaingan Bisnis  Variabel Y: Jasa Penyelenggara Umroh dan Haji Plus	Mengembangkan hubungan-hubungan interpersonal dengan mencintai orang lain dengan dilandasi hati yang bersih (positif thingking) dan bersyukur dengan terus mengembangkan sikap kejujuran, keterbukaan, berani mengambil reisko atau bertanggung

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

<sup>34</sup> Fatihatul Firda Muhimma, "Analisis Strategi Pelayanan Jamaah Ibadah Haji dan Umroh dalam Membangun Citra Positif pada PT. Ebad Alrahman Wisata Surabaya" (Surabaya, 2018).

<sup>35</sup> Zaimul Muna, "Strategi Manajemen Pemasaran di Biro Haji dan Umroh PT. Arwaniyyah Tour & Travel Kudus" (Semarang, 2018).

<sup>36</sup> Eka Nur Jannah, "Strategi Pemasaran pada Biro Perjalanan PT. Fela Tour Travel dalam Menghadapi Persaingan Bisnis antar Jasa Penyelenggaraan Umrah dan Haji Plus di Kota Demak" (Semarang, 2018).

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				jawab, komitmen dan berbagi. Itulah prinsip melayani dengan setulus hati, dengan hati yang ikhlas, bersih dan bersyukur atas setiap kemajuan yang didapat berbagi rasa dengan yang lain.
7	Hamdan (2018) <sup>37</sup>	Analisis Program Pelayanan Haji dan Umroh PT. Ya Annahl Tour Cabang Yogyakarta Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	Variabel X: Pelayanan Haji dan Umroh  Variabel Y: Perspektif Undang-Undang No. 8 Tahun 1999	Faktor penghambat dalam pemenuhan hak-hak atas konsumen dalam hal ini jamaah, diantaranya adalah belum dibukanya rute penerbangan dari solo sebagai embarkasi. Meskipun dalam hal pelayanan kepada jamaah di berikan fasilitas-fasilitas yang sudah cukup baik seperti hotel, pendamping atau <i>muthowwif</i> yang berpengalaman, adanya dokter yang mendampingi jamaah untuk menyediakan obat-obatan.
8	Kamilah (2021) <sup>38</sup>	Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jama'ah Haji di Pt. Nur Haramain Mulia	Variabel X: Strategi Pemasaran  Variabel Y: Peningkatan Jumlah Calon Jama'ah Haji dan Umroh	Pemasaran merupakan suatu hal yang penting dalam sebuah usaha bisnis. Namun dalam sebuah pemasaran terdapat Harga dan persaingan yang perlu diperhatikan.
9	Kadir (2019) <sup>39</sup>	Strategi PT. Randi Prima Wisata dalam Merekrut Jamaah Umrah Periode 2019 di Kabupaten Sinjai (Analisis Komunikasi Pemasaran)	Variabel X: Strategi Merekrut Jamaah Umrah  Variabel Y: Analisis Komunikasi	Pemasaran melalui iklan (advertising) kegiatan iklan yang dilakukan PT. Randi Prima Wisata melalui pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang

<sup>37</sup> Syech Umar Hamdan, "Analisis Program Pelayanan Haji dan Umroh PT. Ya Annahl Tour Cabang Yogyakarta Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen" (Yogyakarta, 2018).

<sup>38</sup> Moh Affan dan Hamdah Marzuqotun Kamilah, "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jama'ah Haji di Pt. Nur Haramain Mulia," *Jurnal Haramain* 1, no. 2 (2021): 82-85.

<sup>39</sup> Ferlika Laela Kadir, "Strategi PT. Randi Prima Wisata dalam Merekrut Jamaah Umrah Periode 2019 di Kabupaten Sinjai (Analisis Komunikasi Pemasaran)" (Makassar, 2019).

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			Pemasaran	strategis seperti di kantor-kantor ataupun di jalan-jalan, penyebaran brosur kepada agen-agen di setiap daerah dan memasang iklan di media facebook dan instagram serta di surat kabar.
10	Fauzan (2019) <sup>40</sup>	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah di Travel Umrah An-Nur Karah Agung	Variabel X: Strategi Pemasaran  Variabel Y: Meningkatkan Jumlah Jamaah	Strategi pemasaran travel umrah An-Nur Karah Agung merupakan implementasi strategi pemasaran yang menggabungkan kedelapan elemen bauran pemasaran kedalam suatu program pemasaran agar dapat meningkatkan jumlah jamaah umrah pada travel umrah An-Nur Karah Agung. Dimana tujuan strategi pemasaran travel umrah An-Nur Karah Agung adalah untuk meningkatkan jumlah jamaah dan memaksimalkan ibadah umrah. Delapan elemen bauran pemasaran tersebut adalah: product, price, place, promotion, people, process, pyisical evidence dan customer service.

<sup>40</sup> Fauzan, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah di Travel Umrah An-Nur Karah Agung” (Surabaya, 2019).

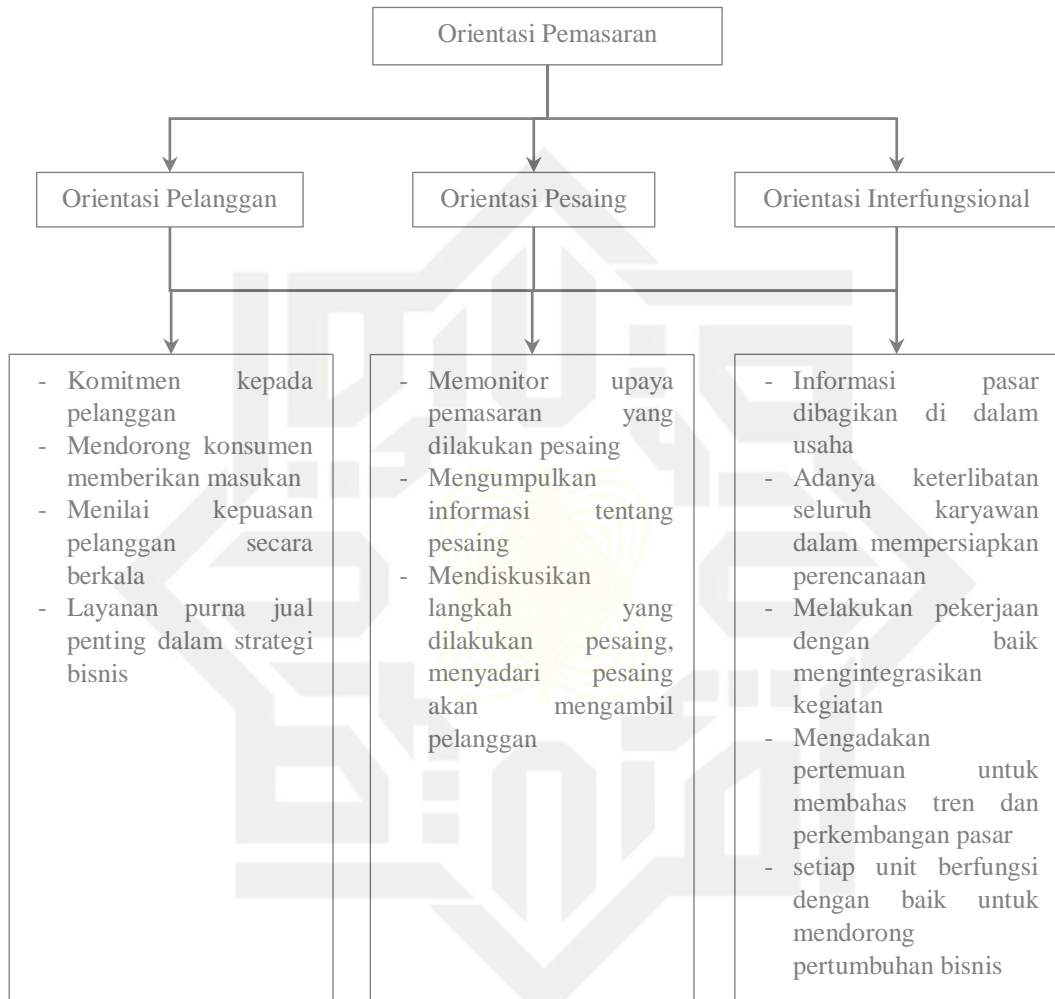
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    -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

## C. Kerangka Konsep dan Operasional Variabel

### 1. Kerangka Konsep



Gambar 2. 1 Kerangka Konsep

### 2. Operasional Variabel

Variabel pada penelitian ini adalah orientasi pemasaran Hajin dan Umroh pada PT. Arrayan Mubarak. Berikut merupakan tabel konsep operasional variabel penelitian.

**Tabel 2. 2**  
**Konsep Operasional Variabel**

No	Konsep	Dimensi	Indikator
1	Orientasi Pemasaran	Orientasi Pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Komitmen kepada pelanggan</li> <li>2. Mendorong konsumen memberikan masukan</li> <li>3. Menilai kepuasan pelanggan secara berkala</li> <li>4. Layanan purna jual penting dalam strategi bisnis</li> </ol>
		Orientasi Pesaing	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memonitor upaya pemasaran yang dilakukan pesaing</li> <li>2. Mengumpulkan informasi tentang pesaing</li> <li>3. Mendiskusikan langkah yang dilakukan pesaing, menyadari pesaing akan mengambil pelanggan</li> </ol>
		Orientasi Interfungsional	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informasi pasar dibagikan di dalam usaha</li> <li>2. Adanya keterlibatan seluruh karyawan dalam mempersiapkan perencanaan</li> <li>3. Melakukan pekerjaan dengan baik mengintegrasikan kegiatan</li> <li>4. Mengadakan pertemuan untuk membahas tren dan perkembangan pasar</li> <li>5. setiap unit berfungsi dengan baik untuk mendorong pertumbuhan bisnis</li> </ol>

© 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.



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

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif merupakan dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji permasalahan yang telah ditetapkan. Penelitian ini disebut dengan penelitian kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik<sup>41</sup>. Sedangkan deskriptif adalah metode pendekatan penelitian berpola menggambarkan data secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dari suatu peristiwa serta sifat-sifat tertentu atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail<sup>42</sup>.

Pada penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif yang melalui penebaran angket dan kuisisioner.

#### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah suatu tempat atau wilayah yang mana peneliti melakukan penelitiannya. Penelitian ini dilakukan di Al Mubarak di Pekanbaru yang berlokasi di Travel Center Mandiri pekanbaru. Sedangkan untuk waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2021.

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2016), 35.

<sup>42</sup> Sudyarno, *Metodologi Penelitian Sosial* (Bandung: Mandar Maju, 2011), 51.



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 satu 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. Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian dapat didefinisikan sebagai suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek/objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya<sup>43</sup>. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen Al Mubarak di Pekanbaru yang berjumlah 1549 orang konsumen. Berdasarkan populasi tersebut ditentukan sampel berdasarkan perhitungan rumus slovin. Penggunaan rumus slovin dikarenakan populasi kurang 2.000 orang dan telah diketahui secara pasti jumlahnya<sup>44</sup>. Berikut perhitungan menggunakan rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Jumlah populasi

$e$  = Derajat kesalahan (dalam penelitian ini derajat kesalahan diperkirakan sebesar 10%= 0,10)

Berdasarkan keterangan diatas dapat diketahui besaran sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{1549}{1 + 1549 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{1549}{16,49}$$

$n = 93,9$  dibulatkan menjadi 94

<sup>43</sup> Sugiyono, 2016, *Op. Cit.*

<sup>44</sup> H Fajri Ismail, *Statistika untuk penelitian pendidikan dan ilmu-ilmu sosial* (Kencana, 2018),33.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Berdasarkan rumus diatas jumlah sampel dalam penelitian ini sejumlah 94 orang. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan teknik *nonprobability sampling* yaitu metode *purposive sampling* atau teknik sampel yang digunakan untuk mengambil sampel dengan kriteria yaitu konsumen travel umroh PT Arrayan Al Mubarak. Adapun kriteria yang diambil untuk dijadikan responden dalam penelitian ini adalah:

- 1) Pernah menjadi konsumen dalam pembelian paket travel haji dan umroh di PT Arrayan Al Mubarak Pekanbaru
- 2) Berusia > 17 tahun dan dapat berkomunikasi menggunakan bahasa Indonesia
- 3) Bersedia dijadikan responden

**D. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan<sup>45</sup>. Variabel pada penelitian ini adalah orientasi pemasaran Hajin dan Umroh pada PT. Arrayan Mubarak.

**E. Sumber Data**

**1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dari secara langsung dari lokasi penelitian yang berkaitan dengan penelitian<sup>46</sup>. Sumber primer dalam penelitian ini didapatkan dari penelitian dengan penyebaran kuesioner secara langsung kepada konsumen di PT. Arrayan Al Mubarak di Pekanbaru.

<sup>45</sup> Sugiyono, 2016, *Op. Cit.*

<sup>46</sup> Sugiyono, 2016, *Op. Cit.*

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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

Data sekunder adalah data pendukung yang digunakan untuk memperkuat hasil penelitian<sup>47</sup>. Sumber data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari PT. Arrayan Al Mubarak di Pekanbaru berupa jumlah atau banyaknya konsumen PT Arrayan Al Mubarak beserta profil konsumen.

### F. Teknik Pengumpulan Data

Angket atau kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara komunikasi secara tidak langsung dengan responden atau pihak yang diteliti. Skala yang digunakan untuk penyusunan angket adalah menggunakan Skala Likert. Skala Likert sering disebut juga *summated scale* yang digunakan dalam penelitian *social* untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang atau kelompok nya atau sekelompok orang yang berhubungan dengan suatu hal.

Secara umum teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah teknik skala *Likert*. Penggunaan skala *Likert* adalah “skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”<sup>48</sup>.

Penelitian ini menggunakan skala ordinal, skala ordinal adalah skala pengukuran yang tidak hanya menyatakan kategori, tetapi juga menyatakan peringkat construct yang diukur<sup>49</sup>.

<sup>47</sup> Sugiyono, 2016, *Ibid*.

<sup>48</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2017),132.

<sup>49</sup> Sugiyono, 2016, *Ibid*.

## 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.

**Tabel 3. 1**  
**Pilihan Jawaban Skala Likert**

Pilihan Jawaban		Angka
Sangat Baik (SB)	Sangat Setuju (SS)	5
Baik (B)	Setuju (S)	4
Kurang Baik (KB)	Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Baik (TB)	Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Baik (STB)	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### G. Uji Validitas dan Realibilitas

Hasil penelitian yang berupa jawaban atas pemecahan masalah penelitian dibuat berdasarkan proses pengujian data yang meliputi pemilihan, pengumpulan, dan analisis data. Oleh karena itu, hasil kesimpulan tergantung pada kualitas data dan instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Untuk itu, dalam penelitian ini digunakan dua metode pengujian kualitas data sebagai berikut:

#### 1. Uji Validitas

Suatu instrument dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkapkan data dari variabel secara tepat. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti<sup>50</sup>. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut<sup>51</sup>. Menurut Arikunto, Makin tinggi koefisien korelasi

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017).

<sup>51</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro Press, 2011).

#### 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.

yang dimiliki makin valid butir instrument tersebut. Uji validitas dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}^{52}$ .

#### 2. Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah ketetapan suatu tes dapat diteskan pada objek yang sama untuk mengetahui ketetapan ini pada dasarnya melihat kesejajaran hasil. Menurut Arikunto suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu<sup>53</sup>. Menurut Arikunto, Koefisien Korelasi berada antara 0 – 1. Suatu instrumen penilaian dikatakan reliabel jika koefisien korelasinya  $\geq 0,6$ , makin tinggi koefisien korelasi makin reliabel instrumen tersebut. Makin besar proporsi tersebut berarti makin tinggi reliabilitasnya<sup>54</sup>.

#### H. Teknik Analisis Data

Analisa data merupakan suatu kegiatan penelitian yang sangat penting, dikarenakan analisis data yang mampu memberikan penjelasan serta makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian<sup>55</sup>. Kegiatan analisis dapat didefinisikan sebagai suatu metode dalam mengelompokkan data berdasarkan variable dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variable dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti,

<sup>52</sup> Suharsimi Arikunto, *Dasar-dasar evaluasi pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013).

<sup>53</sup> *Ibid.*

<sup>54</sup> *Ibid.*

<sup>55</sup> Riduwan, *Metode dan teknik menyusun proposal penelitian: untuk S-1, S-2, dan S-3* (Bandung: Alfabeta, 2014).

**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 satu 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.

melakukan penghitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menjawab pertanyaan yang telah diajukan<sup>56</sup>.

Berikut rumus yang digunakan dalam menentukan kategori jawaban responden: <sup>57</sup>

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

**Tabel 3. 2**  
**Kategori Pencapaian Responden**

Rentang	Keterangan
90%-100%	Sangat baik
80%-89%	Baik
70%-79%	Cukup
60%-69%	Kurang
0%-59%	Sangat kurang

<sup>56</sup> Sugiyono, 2016, *Op. Cit.*

<sup>57</sup> Riduwan, *Skala pengukuran variabel variabel penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2009),102.

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

**BAB IV****GAMBARAN UMUM****A. Deskripsi PT Arrayyan Al Mubarak**

Ar Rayyan Al-Mubarak adalah perusahaan yang bergerak di bidang Agen Travel Haji & Umrah Plus. Kami pun menjual perlengkapan dan produk, seperti: Air Zam zam, Baju Muslim Haji Umrah, Baju Gamis, Kerudung, Makanan Dan Lain-lain. Ar Rayyan Al-Mubarak beralamat di Ruko Modern Wark MW.20 Tangerang. PT. Ar Rayyan Al Mubarak adalah perusahaan penyelenggara ibadah haji & umrah yang berawal dari Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Pondok Pesantren Darul Falahiyyah yang diasuh oleh KH. Gomrowi. PT. Ar Rayyan Al Mubarak yang didirikan oleh Zainal Arifin Marbu, Lc dan Hulyatul Abkoriyah, S.Fil.I pada tanggal 13 November 2010 oleh notaris H. Agus Rahmat menjadi sebuah badan usaha.

PT Arrayyan Al Mubarak bergerak dibidang pelayanan perjalanan Ibadah Haji, Umrah dan Wisata dengan izin resmi pemerintah No. 426 tahun 2020 (Umrah) dan No. 749 tahun 2018. PT Arrayyan Al Mubarak telah berjalan selama 20 tahun dan memiliki lebih dari 10.000 jamaah Haji dan Umrah yang percaya pada pelayanan yang diberikan PT Arrayyan Al Mubarak.

Rayyan Al Mubarak juga memiliki beragam produk, yaitu :

- a. Paket Haji Khusus
- b. Umrah Reguler 9 hari
- c. Umrah Reguler 12 hari
- d. Umrah Reguler + Amman + Aqsha
- e. Umrah Reguler + Dubai



**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 satu 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.

- f. Umrah Reguler + Turkey



**Gambar 4. 1 Logo PT Ar Rayyan Al Mubarak**

## **B. Visi dan Misi PT Ar Rayyan Al Mubarak**

### **1. Visi PT Ar Rayyan Al Mubarak**

Adapun visi dari PT Ar Rayyan Al Mubarak adalah “Menjadi penyelenggara Umroh, Haji & Wisata Muslim yang professional, aman dan amanah untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat”

### **2. Misi PT Ar Rayyan Al Mubarak**

Misi PT Ar Rayyan Al Mubarak diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Memberikan kemudahan bagi jamaah dalam bentuk pelayanan produk dan jasa terpadu secara professional dan berkualitas yang berorientasi kepada kepuasan jamaah
2. Memberikan pelayanan yang professional kepada Mitra Usaha
3. Mempunyai SDM yang amanah, professional serta bekerja kondusif, efektif dan efisien.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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 analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan bahwa orientasi pasar di PT Arroyan Al Mubarak berada pada kategori baik yaitu dengan nilai interval skor 80-89 sebanyak 35 dari 94 orang (37,23%). Berdasarkan indikator orientasi pasar diketahui bahwa orientasi pelanggan berada pada kategori sangat baik berjumlah (32,98%), sedangkan orientasi pesaing berada pada kategori baik (34,04%), dan orientasi koordinasi intrafungsional berada pada kategori baik (39,36%).

#### B. Saran

Penelitian ini memiliki implikasi dalam bidang manajemen dakwah pada perusahaan tour travel haji dan umroh dan juga bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Bagi PT Arroyan Al Mubarak bermanfaat untuk dapat sebagai masukan untuk menentukan strategi bisnis, terkait dengan kegiatan orientasi pasar yang berorientasi pada pelanggan, dan orientasi koordinasi intrafungsional. Adapun penelitian ini memecahkan permasalahan orientasi pasar melalui kegiatan orientasi pelanggan, pesaing dan koordinasi intrafungsional. Berdasarkan hasil penelitian, adapun masukan bagi strategi yang dapat dilakukan oleh PT Arrayan Al Mubarak ialah agar selalu menggali keinginan konsumen, perusahaan juga konsisten dalam menjaga kualitas terutama pada item “PT. Arrayan Al mubarak memberikan informasi produk/jasa yang ditawarkan kepada pelanggan” karena pada hasil analisis menunjukkan bahwa masih banyak pelanggan yang masih kurang setuju dalam pemberian informasi yang jelas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinoto. "Pengaruh Orientasi Pasar dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kepekaan Perusahaan dan Implikasinya pada Kinerja Perusahaan: Studi pada Penyalur Sepeda Motor di Indonesia." *ULTIMA Management: Jurnal Ilmu Manajemen* 2, no. 1 (2013): 1–14. doi:<https://doi.org/10.31937/manajemen.v2i1.166>.
- Affan, Moh, dan Hamdah Marzuqotun Kamilah. "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jama'ah Haji di Pt. Nur Haramain Mulia." *Jurnal Haramain* 1, no. 2 (2021): 82–85.
- Affandy, Fachrudin Fiqri. "Perilaku Konsumen Muslim di Indonesia Terhadap Ibadah Umroh: Antara 'Ubudiyah dan Gaya Hidup." *OIKONOMIKA: Jurnal kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah* 1, no. 2 (2020): 85.
- Agama, Menteri. "Peraturan Menteri Agama (PMA) No 14 th 2012 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji Reguler, Pasal 15." Jakarta: Peraturan Menteri Agama, 2012.
- . "Peraturan Menteri Agama (PMA) No 14 th 2012 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji Reguler, Pasal 16 ayat (4)." Jakarta: Peraturan Menteri Agama, 2012.
- . "Peraturan Menteri Agama Nomor 9 Tahun 2014 Tentang Bimbingan Manasik bagi Jemaah Haji Reguler oleh Kantor Urusan Agama Kecamatan." Jakarta: Peraturan Menteri Agama, 2014.
- Amami, Firman Agung. "Manajemen Pelayanan Prima dapat Menguatkan Jamaah Haji dan Umrah Biro Khusus Qoshwa Tours and Travel Cirebon." Cirebon, 2019.
- Antasa, Refli. "Strategi Pemasaran Tour dan Travel Haji dan Umrah dalam Menarik Minat Calon Jama'ah pada PT. Al-Multazam Bandar Lampung." Lampung, 2020.
- Arikunto, Suharsimi. *Dasar-dasar evaluasi pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Bamfo, Bylon Abeeku, dan Jerry Jay Kraa. "Market orientation and performance of small and medium enterprises in Ghana: The mediating role of innovation." *Cogent Business & Management* 6, no. 1 (2019): 1605703.
- Dalimunthe, Muhammad Bukhori. "Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk." *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* 3, no. 1 (2017): 21.
- Departemen Agama, R I. "Al-'Aliyy: Al-Qur'an dan Terjemahnya." *Diponegoro, Bandung*, 2005, 49.
- Fauzan. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah di Travel

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

Umrah An-Nur Karah Agung.” Surabaya, 2019.

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro Press, 2011.

Hamdan, Syech Umar. “Analisis Program Pelayanan Haji dan Umroh PT. Ya Annahl Tour Cabang Yogyakarta Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.” Yogyakarta, 2018.

Hartelina. “Orientasi Pasar Pada UMKM Di Kabupaten Karawang.” In *PROSIDING FRIMA-2019*, 701. Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi, 2019.

Hasan, Ali. *Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo, 2010.

Huda, Miftahul. “Model Manajemen Fundraising Wakaf.” *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah* 13, no. 1 (2013): 35.

Indonesia, Lembaran Negara Republik. “Undang Nomor 13 tahun 2008 tentang Ibadah Haji.” Jakarta: Lembaran Negara Republik Indonesia, 2008.

Ismail, H Fajri. *Statistika untuk penelitian pendidikan dan ilmu-ilmu sosial*. Kencana, 2018.

Jannah, Eka Nur. “Strategi Pemasaran pada Biro Perjalanan PT. Fela Tour Travel dalam Menghadapi Persaingan Bisnis antar Jasa Penyelenggaraan Umrah dan Haji Plus di Kota Demak.” Semarang, 2018.

Kadir, Ferlika Laela. “Strategi PT. Randi Prima Wisata dalam Merekrut Jamaah Umrah Periode 2019 di Kabupaten Sinjai (Analisis Komunikasi Pemasaran).” Makassar, 2019.

Kohli, Ajay K, Bernard J Jaworski, dan Nabil Shabshab. “Customer centricity: a multi-year journey.” In *Handbook on Customer Centricity*, 701. Edward Elgar Publishing, 2019.

Leanita, Leni. “Implementasi Regulasi Transportasi Udara Dalam Pelayanan Keberangkatan dan Pemulangan Jemaah Haji Indonesia.” Jakarta, 2020.

Manggabarani, Reyhan Risqullah. “Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Daya Saing dalam Memilih Paket Umroh pada Biro Perjalanan PT. Maktour di Makassar.” Makassar, 2014.

Mangkunegara, AA Anwar Prabu. *Evaluasi Kinerja SDM*. Cet. VIII. Bandung: Refika Aditama, 2017.

Martono, K, dan Amad Sudiro. *Aspek hukum transportasi udara jamaah haji Indonesia*. PT RajaGrafindo Persada, 2013.

Moenir. *manajemen pelayanan umum di indonesia*. Ed.1, Prin. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.

Muhimmah, Fatihatul Firda. “Analisis Strategi Pelayanan Jamaah Ibadah Haji dan

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

Umroh dalam Membangun Citra Positif pada PT. Ebad Alrahman Wisata Surabaya.” Surabaya, 2018.

Mukminin, Furqon. “Manajemen Pelayanan Biro Perjalanan Haji dan Umrah (Studi Kasus di Sultan Agung Tour & Travel Semarang).” Semarang, 2015.

Muna, Zaimul. “Strategi Manajemen Pemasaran di Biro Haji dan Umroh PT. Arwaniyyah Tour & Travel Kudus.” Semarang, 2018.

Nazaruddin, H. M. Nasrun, dan Rahmat Hidayat. “Analisis Strategi Pemasaran dan Pelayanan dalam Upaya Peningkatan Kualitas Daya Saing Biro Perjalanan Haji dan Umroh Prospektif Ekonomi Syari’ah.” *NIZHAM: Jurnal Studi Keislaman* 8, no. 1 (2020): 96–111. doi:<https://doi.org/10.32332/nizham.v8i01.2090>.

Octavia, Ade. “Faktor-Faktor Pendorong Terbentuknya Orientasi Pasar Ekspor Batik Jambi.” *Jurnal Dinamika Manajemen* 1, no. 2 (2013): 143.

Prabowo, M. Shidqon. “Perlindungan Hukum Jama’ah Haji Indonesia dalam Perspektif Perlindungan Konsumen.” *Jurnal Ilmu Hukum Ligitasi* 15, no. 1 (2014): 2093–2133. doi:<http://dx.doi.org/10.23969/litigasi.v15i1.72>.

RI, Departemen Agama. “Undang-Undang Penyelenggaraan Ibadah Haji.” Jakarta: Departemen Agama, 2008.

Riduwan. *Metode dan teknik menyusun proposal penelitian: untuk S-1, S-2, dan S-3*. Bandung: Alfabeta, 2014.

———. *Skala pengukuran variabel variabel penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2010.

Salim, Abbas. *Manajemen transportasi*. Edisi 1, C. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

Sarah, Fuji. “Analisis Manajemen Pelayanan Calon Jamaah Haji dan Umrah di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Kampar Tahun 2019.” Pekanbaru, 2021.

Soehadi, Agus W. *A Value creation approach: strategi pemasaran dalam peningkatan nilai saham perusahaan*. Jakarta: Prasetiya Mulya Publishing, 2012.

Sudyarno. *Metodologi Penelitian Sosial*. Bandung: Mandar Maju, 2011.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

———. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2016.

———. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. *Pemasaran Strategik*. 2 ed. Yogyakarta: Andi Offset, 2012.



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

**Lampiran 1**

**KUESIONER PENELITIAN  
ANALISIS ORIENTASI PEMASARAN TRAVEL HAJI DAN UMROH PT  
ARRAYAN AL MUBARAK DI PEKANBARU**

Identitas peneliti :

Nama : Syahrawandi  
 NIM : 11744102617  
 Program Studi : Manajemen Dakwah  
 Kampus : Universitas Islam Negeri Sultas Syarif Kasim Riau

Dalam rangka menyelesaikan Skripsi untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Dakwah UIN SUSKA RIAU penulis melakukan penelitian dengan Judul “**ANALISIS ORIENTASI PEMASARAN TRAVEL HAJI DAN UMROH PT ARRAYAN AL MUBARAK DI PEKANBARU**”

Sesuai dengan hal di atas penulis memohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjadi responden dan mengisi kuesioner yang telah penulis sediakan. Dalam pengisian kuesioner ini tidak ada jawaban yang benar maupun salah. Yang terpenting adalah jawaban yang benar-benar sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i. Data yang diperoleh ini akan dipergunakan sebagai data dalam penelitian, oleh karena itu Bapak/Ibu/Saudara/i akan dijamin kerahasiaan pribadinya.

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner, penulis mengucapkan terima kasih. Penulis juga mohon maaf apabila ada kata-kata yang kurang berkenan di hati Bapak/Ibu/Saudara/i.

Hormat saya,

Syahrawandi  
11744102617



**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 satu 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. Demografi Responden**

Usia :  1. 17 - 25 tahun  
 2. 26 - 35 tahun  
 3. 36 - 45 tahun  
 4. 46 - 55 tahun  
 5. 56 - 65 tahun  
 6. 65 tahun ke atas

Jenis kelamin :  1. Laki-laki  
 2. Perempuan

Pendidikan :  1. Tamat SD  
 2. Tamat SMP  
 3. Tamat SMA  
 4. Tamat D3/ S1  
 5. Tamat S2  
 6. Tamat S3

Pekerjaan :  1. Nelayan  
 2. Petani  
 3. PNS  
 4. Profesional  
 5. Tentara/Polri  
 6. Wiraswasta

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

**B. Orientasi Pemasaran**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>Orientasi Pelanggan</b>						
1	PT. Arrayan Al mubarak menjalankan program sesuai dengan komitmen dan mementingkan kepuasan pelanggan					
2	PT. Arrayan Al mubarak mendorong konsumen untuk memberikan masukan pada produk/jasa yang ditawarkan					
3	PT. Arrayan Al mubarak telah melakukan penilaian kepuasan pelanggan secara berkala					
4	PT. Arrayan Al mubarak memiliki layanan purna jual, sehingga setelah konsumen membeli produk/jasa akan mempertanyakan respon nya					
<b>Orientasi Pesaing</b>						
5	PT. Arrayan Al mubarak menjelaskan informasi terkait program lebih baik daripada usaha lainnya yang sejenis					
6	PT. Arrayan Al mubarak memiliki produk atau layanan yang menarik dari pada usaha sejenisnya					
7	PT. Arrayan Al mubarak mampu bersaing secara harga dengan usaha sejenis					
8	PT. Arrayan Al mubarak menghadirkan fasilitas dan pelayanan yang pantas dipertimbangkan					
<b>Koordinasi Intrafungsional</b>						
9	PT. Arrayan Al mubarak memberikan informasi produk/jasa yang ditawarkan kepada pelanggan					
10	PT. Arrayan Al mubarak memiliki anggota/karyawan yang komunikatif					
11	PT. Arrayan Al mubarak melakukan semua pekerjaan dengan baik dan mengintegrasikan dengan kepuasan pelanggan					
12	PT. Arrayan Al mubarak mengadakan pertemuan dengan seluruh peserta untuk memberikan langkah dan informasi yang dibutuhkan					
13	PT. Arrayan Al mubarak terlihat aktif saling bekerja sama untuk mendorong kesuksesan program					





Lampiran 2

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of S

Validitas dan Reabilitas Instrumen

		Correlations													Orientasi Pemasaran
		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	
Item 1	Pearson Correlation	1	.726**	.656**	.673**	.657**	.505**	.707**	.601**	.560**	.581**	.517**	.540**	.628**	.803**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.001	.001	.003	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item 2	Pearson Correlation	.726**	1	.616**	.537**	.727**	.517**	.712**	.480**	.606**	.496**	.603**	.493**	.605**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.000	.003	.000	.007	.000	.005	.000	.006	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item 3	Pearson Correlation	.656**	.616**	1	.476**	.569**	.416**	.549**	.581**	.339	.431*	.353	.478**	.490**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.008	.001	.022	.002	.001	.067	.017	.056	.008	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item 4	Pearson Correlation	.673**	.537**	.476**	1	.639**	.479**	.670**	.593**	.626**	.520**	.627**	.589**	.542**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.008		.000	.007	.000	.001	.000	.003	.000	.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item 5	Pearson Correlation	.657**	.727**	.569**	.639**	1	.579**	.611**	.533**	.622**	.604**	.668**	.674**	.611**	.823**
	Sig. (2-tailed)														

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

		Correlations													Orientasi Pemasaran
		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	
Item 1	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.001	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item 2	Pearson Correlation	.505**	.517**	.416*	.479**	.579**	1	.674**	.677**	.662**	.690**	.667**	.757**	.787**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.004	.003	.022	.007	.001		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Item 3	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.707**	.712**	.549**	.670**	.611**	.674**	1	.694**	.551**	.624**	.717**	.542**	.610**	.841**
Item 4	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.000		.000	.002	.000	.000	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item 8	Pearson Correlation	.601**	.480**	.581**	.593**	.533**	.677**	.694**	1	.577**	.484**	.527**	.589**	.694**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.001	.001	.002	.000	.000		.001	.007	.003	.001	.000	.000
Item 5	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.560**	.606**	.339	.626**	.622**	.662**	.551**	.577**	1	.569**	.715**	.622**	.612**	.785**
Item 6	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.067	.000	.000	.000	.002	.001		.001	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item 9	Pearson Correlation	.581**	.496**	.431*	.520**	.604**	.690**	.624**	.484**	.569**	1	.651**	.695**	.687**	.776**
	Sig. (2-tailed)														



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

		Correlations													Orientasi Pemasaran
		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	
Item 1	Sig. (2-tailed)	.001	.005	.017	.003	.000	.000	.000	.007	.001		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item 2	Pearson Correlation	.517**	.603**	.353	.627**	.668**	.667**	.717**	.527**	.715**	.651**	1	.539**	.603**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.056	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000		.002	.000	.000
Item 3	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.540**	.493**	.478**	.589**	.674**	.757**	.542**	.589**	.622**	.695**	.539**	1	.827**	.804**
Item 4	Sig. (2-tailed)	.002	.006	.008	.001	.000	.000	.002	.001	.000	.000	.002		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item 13	Pearson Correlation	.628**	.605**	.490**	.542**	.611**	.787**	.610**	.694**	.612**	.687**	.603**	.827**	1	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
Orientasi Pemasaran	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.803**	.791**	.675**	.769**	.823**	.819**	.841**	.781**	.785**	.776**	.799**	.804**	.841**	1
Orientasi Pemasaran	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 \* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**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 satu 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.

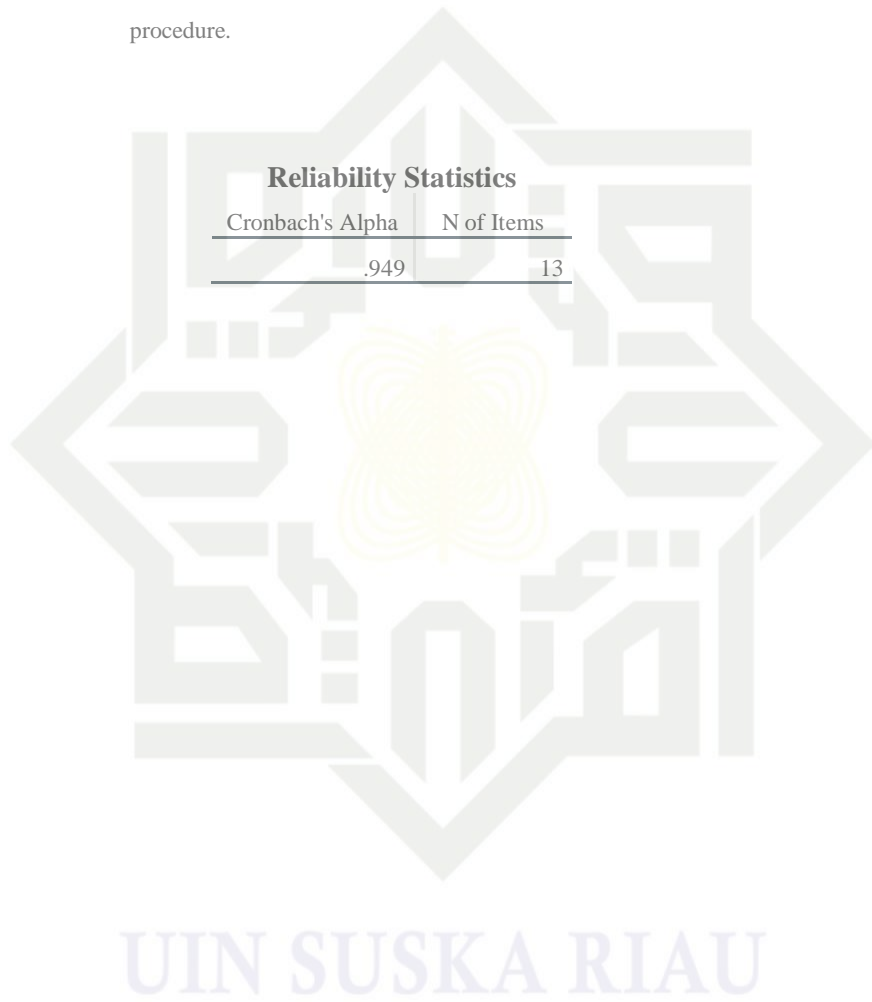
**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.949	13



### Lampiran 3

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

#### Master Tabel Penelitian Karakteristik Responden

No	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan
1	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat SD	Petani
2	46-55 Tahun	Perempuan	Tamat SMP	Petani
3	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat SD	Petani
4	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat SMP	Petani
5	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat SMA	PNS
6	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat D3/S1	PNS
7	46-55 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	Petani
8	26-35 Tahun	Perempuan	Tamat SD	Nelayan
9	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat SMP	Petani
10	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat SMA	Nelayan
11	46-55 Tahun	Perempuan	Tamat D3/S1	Tentara/Polri
12	46-55 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	Wiraswasta
13	26-35 Tahun	Perempuan	Tamat SMP	Petani
14	46-55 Tahun	Perempuan	Tamat D3/S1	Wiraswasta
15	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat SMA	Wiraswasta
16	26-35 Tahun	Perempuan	Tamat D3/S1	Wiraswasta
17	56-65 Tahun	Laki-laki	Tamat S2	Nelayan
18	56-65 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	Petani
19	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat SMA	Petani
20	46-55 Tahun	Perempuan	Tamat D3/S1	PNS
21	36-45 Tahun	Laki-laki	Tamat S2	Wiraswasta
22	26-35 Tahun	Perempuan	Tamat S2	Wiraswasta
23	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat S2	Wiraswasta
24	26-35 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	Petani
25	36-45 Tahun	Perempuan	Tamat SMP	Petani
26	56-65 Tahun	Perempuan	Tamat D3/S1	PNS
27	36-45 Tahun	Laki-laki	Tamat SMP	Nelayan
28	36-45 Tahun	Perempuan	Tamat D3/S1	PNS
29	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat SMA	PNS
30	36-45 Tahun	Perempuan	Tamat SMP	Petani
31	26-35 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	PNS
32	36-45 Tahun	Laki-laki	Tamat D3/S1	PNS
33	17-25 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	PNS
34	17-25 Tahun	Laki-laki	Tamat SMP	Wiraswasta
35	36-45 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	Wiraswasta
36	26-35 Tahun	Laki-laki	Tamat D3/S1	Wiraswasta

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

No	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan
37	17-25 Tahun	Perempuan	Tamat D3/S1	Wiraswasta
38	17-25 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	PNS
39	36-45 Tahun	Perempuan	Tamat D3/S1	PNS
40	36-45 Tahun	Laki-laki	Tamat SMA	PNS
41	26-35 Tahun	Laki-laki	Tamat SMA	PNS
42	17-25 Tahun	Laki-laki	Tamat D3/S1	Wiraswasta
43	17-25 Tahun	Laki-laki	Tamat SMA	PNS
44	26-35 Tahun	Perempuan	Tamat D3/S1	PNS
45	36-45 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	PNS
46	26-35 Tahun	Perempuan	Tamat SMP	Petani
47	26-35 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	Profesional
48	26-35 Tahun	Perempuan	Tamat D3/S1	PNS
49	36-45 Tahun	Laki-laki	Tamat SD	Tentara/Polri
50	26-35 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	Tentara/Polri
51	36-45 Tahun	Laki-laki	Tamat D3/S1	Tentara/Polri
52	36-45 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	Tentara/Polri
53	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat SD	Nelayan
54	26-35 Tahun	Perempuan	Tamat SD	Nelayan
55	26-35 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	Petani
56	36-45 Tahun	Perempuan	Tamat D3/S1	PNS
57	26-35 Tahun	Laki-laki	Tamat D3/S1	Petani
58	36-45 Tahun	Perempuan	Tamat D3/S1	Petani
59	26-35 Tahun	Perempuan	Tamat S2	PNS
60	36-45 Tahun	Perempuan	Tamat S2	PNS
61	36-45 Tahun	Perempuan	Tamat S2	PNS
62	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat D3/S1	Tentara/Polri
63	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat S2	Tentara/Polri
64	46-55 Tahun	Perempuan	Tamat D3/S1	Wiraswasta
65	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat D3/S1	Tentara/Polri
66	46-55 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	Petani
67	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat SMA	PNS
68	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat D3/S1	PNS
69	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat SMA	PNS
70	46-55 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	Tentara/Polri
71	46-55 Tahun	Perempuan	Tamat SMP	PNS
72	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat SMA	PNS
73	46-55 Tahun	Perempuan	Tamat SMP	Tentara/Polri
74	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat SMA	PNS
75	36-45 Tahun	Laki-laki	Tamat D3/S1	PNS
76	36-45 Tahun	Laki-laki	Tamat SMP	Petani

**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 satu 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	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan
77	46-55 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	PNS
78	36-45 Tahun	Perempuan	Tamat D3/S1	Tentara/Polri
79	26-35 Tahun	Laki-laki	Tamat SMA	Tentara/Polri
80	36-45 Tahun	Perempuan	Tamat SMP	Petani
81	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat D3/S1	Petani
82	36-45 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	Tentara/Polri
83	26-35 Tahun	Perempuan	Tamat SMP	Petani
84	36-45 Tahun	Perempuan	Tamat SMP	Petani
85	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat SMA	Petani
86	56-65 Tahun	Perempuan	Tamat D3/S1	PNS
87	56-65 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	Petani
88	46-55 Tahun	Perempuan	Tamat D3/S1	PNS
89	36-45 Tahun	Laki-laki	Tamat S2	Profesional
90	56-65 Tahun	Perempuan	Tamat D3/S1	PNS
91	46-55 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	PNS
92	46-55 Tahun	Laki-laki	Tamat D3/S1	PNS
93	56-65 Tahun	Perempuan	Tamat SMA	PNS
94	46-55 Tahun	Perempuan	Tamat D3/S1	PNS

### Variabel Penelitian

No	Indikator 1				Indikator 2				Indikator 3					Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	58
2	4	5	4	5	5	4	4	3	5	4	5	4	4	56
3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	44
4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	49
5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	56
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
7	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	55
8	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	46
9	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	50
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
11	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	56
12	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	42
13	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	51
14	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	47
15	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	53
16	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	57
17	3	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	51
18	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	53
19	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	47
20	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	36
21	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	37
22	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	52
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
25	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	46
26	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	48
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
28	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	57
29	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	35
30	3	2	3	4	3	2	3	2	3	4	4	3	2	38
31	3	4	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	39
32	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	45
33	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	47
34	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	47
35	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	3	4	55
36	3	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	43
37	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	36

© 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 satu 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 satu 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	Indikator 1				Indikator 2				Indikator 3					Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
38	3	3	3	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	45
39	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	49
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
41	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	33
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
43	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	48
44	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	59
45	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	47
46	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3	3	51
47	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	44
48	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	54
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
51	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	58
52	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	56
53	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	57
54	4	3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	50
55	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	55
56	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	50
57	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	56
58	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	56
59	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	54
60	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	55
61	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	56
62	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	55
63	4	5	3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	51
64	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	59
65	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	56
66	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	56
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
68	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	5	4	49
69	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	59
70	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	62
71	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	62
72	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	62
73	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	59
74	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	58
75	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
76	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	46

No	Indikator 1				Indikator 2				Indikator 3					Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
77	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	3	36
78	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	58
79	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	57
80	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	48
81	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	54
82	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	63
83	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	60
84	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	60
85	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	55
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
87	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	44
88	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	44
89	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	55
90	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	51
91	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	57
92	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	53
93	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	55
94	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	56

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 satu 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 4

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 satu 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.

Hasil Output SPSS  
Karakteristik Responden

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25 Tahun	6	6.4	6.4	6.4
	26-35 Tahun	19	20.2	20.2	26.6
	36-45 Tahun	24	25.5	25.5	52.1
	46-55 Tahun	38	40.4	40.4	92.6
	56-65 Tahun	7	7.4	7.4	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	40	42.6	42.6	42.6
	Perempuan	54	57.4	57.4	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tamat SD	6	6.4	6.4	6.4
	Tamat SMP	15	16.0	16.0	22.3
	Tamat SMA	34	36.2	36.2	58.5
	Tamat D3/S1	30	31.9	31.9	90.4
	Tamat S2	9	9.6	9.6	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nelayan	6	6.4	6.4	6.4
	Petani	24	25.5	25.5	31.9
	PNS	36	38.3	38.3	70.2
	Profesional	2	2.1	2.1	72.3
	Tentara/Polri	13	13.8	13.8	86.2
	Wiraswasta	13	13.8	13.8	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

## Variabel Penelitian

		Orientasi Pemasaran			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Kurang	8	8.5	8.5	8.5
	Kurang	10	10.6	10.6	19.1
	Cukup	24	25.5	25.5	44.7
	Baik	35	37.2	37.2	81.9
	Sangat Baik	17	18.1	18.1	100.0
Total		94	100.0	100.0	

### 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 satu 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 satu 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.

**Analisis Deskriptif per Indikator**

		<b>Orientasi Pelanggan</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Kurang	8	8.5	8.5	8.5
	Kurang	9	9.6	9.6	18.1
	Cukup	19	20.2	20.2	38.3
	Baik	27	28.7	28.7	67.0
	Sangat Baik	31	33.0	33.0	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

		<b>Orientasi Pesaing</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Kurang	7	7.4	7.4	7.4
	Kurang	11	11.7	11.7	19.1
	Cukup	20	21.3	21.3	40.4
	Baik	32	34.0	34.0	74.5
	Sangat Baik	24	25.5	25.5	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

		<b>Koordinasi Intrafungsional</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Kurang	4	4.3	4.3	4.3
	Kurang	16	17.0	17.0	21.3
	Cukup	22	23.4	23.4	44.7
	Baik	37	39.4	39.4	84.0
	Sangat Baik	15	16.0	16.0	100.0
	Total	94	100.0	100.0	



### Analisis Deskriptif per Item Pernyataan

**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 satu 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.

		Item 1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Kurang Setuju	25	26.6	26.6	27.7
	Setuju	52	55.3	55.3	83.0
	Sangat Setuju	16	17.0	17.0	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

		Item 2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.3	4.3	4.3
	Kurang Setuju	19	20.2	20.2	24.5
	Setuju	39	41.5	41.5	66.0
	Sangat Setuju	32	34.0	34.0	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

		Item 3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.3	4.3	4.3
	Kurang Setuju	20	21.3	21.3	25.5
	Setuju	48	51.1	51.1	76.6
	Sangat Setuju	22	23.4	23.4	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

		Item 4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Kurang Setuju	23	24.5	24.5	26.6
	Setuju	42	44.7	44.7	71.3
	Sangat Setuju	27	28.7	28.7	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

		Item 5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.2	3.2	3.2
	Kurang Setuju	16	17.0	17.0	20.2



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Setuju	51	54.3	54.3	74.5
Sangat Setuju	24	25.5	25.5	100.0
Total	94	100.0	100.0	

Item 6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.2	3.2	3.2
	Kurang Setuju	24	25.5	25.5	28.7
	Setuju	48	51.1	51.1	79.8
	Sangat Setuju	19	20.2	20.2	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

Item 7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.2	3.2	3.2
	Kurang Setuju	23	24.5	24.5	27.7
	Setuju	42	44.7	44.7	72.3
	Sangat Setuju	26	27.7	27.7	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

Item 8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Kurang Setuju	26	27.7	27.7	28.7
	Setuju	49	52.1	52.1	80.9
	Sangat Setuju	18	19.1	19.1	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

Item 9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.2	3.2	3.2
	Kurang Setuju	26	27.7	27.7	30.9
	Setuju	46	48.9	48.9	79.8
	Sangat Setuju	19	20.2	20.2	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

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 satu 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>Item 10</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Kurang Setuju	23	24.5	24.5	26.6
	Setuju	52	55.3	55.3	81.9
	Sangat Setuju	17	18.1	18.1	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

		<b>Item 11</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Kurang Setuju	20	21.3	21.3	23.4
	Setuju	50	53.2	53.2	76.6
	Sangat Setuju	22	23.4	23.4	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

		<b>Item 12</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Kurang Setuju	24	25.5	25.5	26.6
	Setuju	53	56.4	56.4	83.0
	Sangat Setuju	16	17.0	17.0	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

		<b>Item 13</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Kurang Setuju	22	23.4	23.4	24.5
	Setuju	51	54.3	54.3	78.7
	Sangat Setuju	20	21.3	21.3	100.0
	Total	94	100.0	100.0	



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

## DOKUMENTASI PENELITIAN



## © 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 satu 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 satu 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**

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)

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/10652/2021  
 Sifat : Biasa  
 Hal : Mengadakan Penelitian

Pekanbaru, 29 September 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 : SYAHRAWANDI  
 NIM : 11744102617  
 Semester : IX (sembilan)  
 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:

**"Analisis Orientasi Pemasaran Travel Haji dan Umrah PT. Arrayyan Almubarak di Pekanbaru"**

Adapun sumber data penelitian adalah:

**"PT. Arrayyan Almubarak di 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. Imron Rosidi, S.Pd., MA  
 NIP.198111182009011006

Tembusan :

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

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



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

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

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISSET/44677  
 TENTANG



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

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.II/PP.00.9/10652/2021 Tanggal 29 September 2021, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

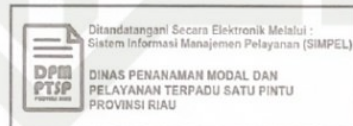
- |                      |  |
|----------------------|--|
| 1. Nama              | : SYAHRAWANDI  |
| 2. NIM / KTP         | : 11744102617  |
| 3. Program Studi     | : MANAJEMEN DAKAWAH  |
| 4. Jenjang           | : S1   |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU  |
| 6. Judul Penelitian  | : ANALISIS ORIENTASI PEMASARAN TRAVEL HAJI DAN UMROH PT ARRAYYAN AL MUBARAK DI PEKANBARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : TRAVEL HAJI DAN UMROH PT ARRAYYAN AL MUBARAK DI PEKANBARU                              |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 28 Oktober 2021



**Tembusan :**

**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan PT Arrayyan Al Mubarak di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



**ARRAYYAN**

PT. ARRAYYAN AL MUBARAK

Agenda Berah Menuju Pintu Surga

PT. Arrayyan Al Mubarak (A-Wholesaler)  
 Jl. Jatibening Raya Kav. 3A  
 Jatibening, Pondok Gede, Bekasi - 17412  
 Tel. 021 2128 5678  
 Email : info@awholesaler.co.id

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 2579/MK/XI/25

Sehubungan dengan Surat dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu No.503/DPMPTSP/Nonizin-riset/44677, hal: Permohonan Izin Penelitian, Maka pihak Manajemen

PT Arrayyan Al Mubarak menerangkan nama Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Syahrawandi  
 NIM : 11744102617  
 Jurusan : Manajemen Dakwah

Benar telah mengadakan penelitian di PT Arrayyan Al Mubarak, guna melengkapi data pada penyusunan Skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Pekanbaru, 1 November 2021

Hormat Kami

**PT. ARRAYYAN AL MUBARAK**

An.

**H.Rudianto Prasetiadi**

Direktur

© 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 satu masalah.

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

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## RIWAYAT HIDUP



**Syahrawandi** yang biasa akrab dipanggil Syahrawandi, lahir di Kota Indragiri Hilir, pada tanggal 03 November 1998, buah hati dari pasangan H. Samsuddin (Ayah) dan Hj. Siti Rahma (Ibu). Penulis merupakan anak empat dari tujuh bersaudara, yaitu Sabir, Justang, Bahrudi, Yuliana, Muhammad Muhsin dan Ati Fadlia. Menyelesaikan pendidikan dasar di SDN 018 Indra Giri Hilir 2009. Setelah menamatkan SD melanjutkan pendidikan di MTs An-Nur Seberang Pebenaan Indragiri Hilir Kota Pekanbaru dan lulus pada tahun 2014. Selanjutnya menempuh pendidikan di SMA Negeri 1 Keritang dan tamat pada tahun 2017.

Pada tahun 2017 melalui jalur Ujian Mandiri diterima pada jurusan Manajemen Dakwah Strata-1 (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bulan Oktober sampai Agustus 2020 penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Kota Baru Seberida Kecamatan Keritang. Pada bulan Agustus sampai dengan Agustus 2020 penulis melakukan Kuliah Keja Nyata di Desa Nusantara Jaya Kabupaten Indragiri Hilir.

Alhamdulillah, pada hari Kamis, 10 Maret 2022 penulis dapat menyelesaikan pendidikan Strata-1 (S1) pada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan dinyatakan LULUS dan berhak menyandang gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dengan predikat Sangat Memuaskan.