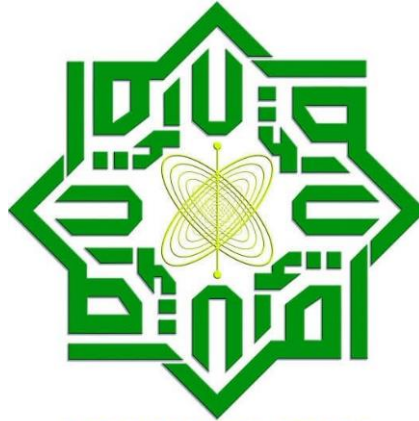


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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



**STRATEGI PEMASARAN PT. AMANAH BAITULLAH
DALAM MEREKRUT CALON JAMA'AH HAJI DAN UMRAH**



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

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

Oleh:

FAHMI HUSNAN

NIM: 11840414052

PROGRAM STRATA I (SI)

JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2022 M/ 1143 H



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

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

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

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASAH

Yang bertandatangan dibawah ini adalah penguji pada ujian munaqasah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini :

Nama : Fahmi Husnan
NIM : 11840414052
Judul : Strategi Pemasaran PT.Amanah Baitullah Dalam Merekrut Calon Jama'ah Umrah

Telah di munaqasahkan dalam sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada.

Hari : Kamis
Tanggal : 21 Desember 2023

Dan disetujui sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 03 Januari 2023

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA., Ph.D

NIP. 19811118 200901 1 006

Tim penguji

Ketua/Penguji I

Prof. Dr. Masduki, M.Ag
NIP. 19710612 199803 1 003

Penguji III

Muhammad Soim, S.Sos.I,MA
NIK. 130 417 048

Sekretaris/Penguji II

Nur Alhidayatillah, M.Kom.I
NIK. 130 417 027

Penguji IV

Dr. Rahman, M.Ag
NIP. 19750919 201411 1 001

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

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



UIN SUSKA RIAU

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

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

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

Nama : Fahmi Husnan
NIM : 11840414052
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN PT. AMANAH BAITULLAH DALAM MEREKRUT CALON JEMAAH HAJI DAN UMROH

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

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

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

Pekanbaru, 24 Juli 2023

Pembimbing

Perdamaian.Shb, M. Ag

NIP. 19621124 199603 1001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

Kharuddin, M. Ag

NIP. 19720817 200910 1 002

- Hak
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fahmi Husnan
NIM : 11840414052
Tempat/Tgl.Lahir : Sawah,13 Oktober 1998
Fakultas : Dakwah And Komunikasih
Prodi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran PT.Amanah Baitullah Dalam Merekrut Calon jemaah Umroh

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulis Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya menyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi 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, 30 Oktober 2023

Yang membuat pernyataan



Fahmi Husnan
NIM. 11840414052

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



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

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

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

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan proposal skripsi sebagaimana mestinya terhadap Saudara :

Nama : Fahmi Husnan
NIM : 11840414052
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran PT. Amanah Baitullah dalam upaya Merekrut Calon Jama'ah Haji dan Umroh

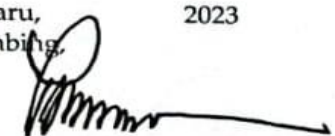
Kami berpendapat bahwa mahasiswa tersebut dapat mengikuti Ujian sebagai salah satu syarat untuk mengikuti Ujian Munaqasyah.

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.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pekanbaru, 2023
Pembimbing,


Perdamaian Shb, S.Ag.,M.Ag
NIP.19621124 199603 1001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah


Khairuddin, M. Ag
NIP. 197208 17200910 1 002


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Nama : Fahmi Husnan

NIM : 11840414052

Jurusan: Manajemen Dakwah

Judul : Strategi Pemasaran PT. Amanah Baitullah Tour Dalam Merekrut Calon Jamaah Haji Dan Umrah

Abstrak

Persaingan usaha di bidang travel haji dan umrah ini semakin ketat dan diminati oleh pengusaha, yang menyebabkan perusahaan harus memiliki strategi dengan nilai dan kualitas yang unggul, sehingga mampu bersaing dengan perusahaan sejenis. Suatu strategi dengan kualitas yang sangat baik dan efektif akan menjadi penilaian tersendiri bagi pengguna jasa dan akan memberikan kepercayaan jamaah pada perusahaan jasa ibadah haji dan umrah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran PT.Amanah Baitullah dalam Merekrut Calon Jama'ah Haji dan Umrah. Penelitian ini merupakan penelitian deskripsi-kualitatif. Penelitian ini dilakukan di PT Amanah Baitullah Tour Pekanbaru. Informan dalam penelitian ini berjumlah tiga orang. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa strategi pemasaran PT Amanah Baitullah Tour dalam merekrut jamaah haji dan umrah terdapat 4 indikator: *pertama* konsep penjualan yang dilakukan oleh PT Amanah Baitullah dengan cara pendekatan online dan offline, dimana pendekatan online dilakukan dengan membagikan informasi mengenai haji dan umroh di media sosial, dan untuk kegiatan promosi offline dilakukan dengan datang ke majelis taklim dan melakukan pendekatan dengan pemuka-pemuka atau tokoh masyarakat. *Kedua* konsep produk yaitu dengan menawarkan paket yang bervariasi dan memiliki beberapa program layanan ibadah umrah dan haji yaitu umroh promo, plus ziarah, reguler, ramadhan, program haji plus, wisata muslim dan pembiayaan umrah. *Ketiga* menjaga interaksi dan silaturahmi dengan jamaah yang telah mengikuti program ibadah umroh mereka berharap mendapatkan feedback yang berguna dan menciptakan kepuasan jamaah, yang pada gilirannya dapat menjadi rekomendasi positif bagi calon jamaah lainnya. *Keempat* konsep produk produksi memberikan beragam opsi program layanan ibadah kepada calon jamaah mereka dengan memperhatikan keinginan, kemampuan finansial, dan memberikan penjelasan yang jelas mengenai setiap program yang mereka tawarkan.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Umrah, Haji

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.

Abstract

Business competition in the field of haji and umrah travel is getting tighter and attracts more demand from entrepreneurs, which causes companies to have a strategy with superior value and quality, so they can compete with similar companies. A strategy with very good quality and effectiveness will be a separate assessment for service users and will give pilgrims confidence in hajj and umrah service companies. This study aims to determine PT.Amanah Baitullah's Marketing Strategy in Recruiting Prospective Pilgrims for Hajj and Umrah. This research is a descriptive-qualitative research. This research was conducted at PT Amanah Baitullah Tour Pekanbaru. Informants in this study amounted to three people. Data collection techniques were carried out through interviews, observation and documentation. Based on the data analysis carried out, it was concluded that PT Amanah Baitullah Tour's marketing strategy in recruiting pilgrims and Umrah pilgrims has 4 indicators: first the sales concept carried out by PT Amanah Baitullah by means of online and offline approaches, where the online approach is carried out by sharing information about the pilgrimage and umroh on social media, and for offline promotional activities, it is carried out by visiting the taklim assembly and approaching community leaders or leaders. The two product concepts are by offering varied packages and having several Umrah and Hajj service programs, namely Umrah promos, pilgrimage plus, regular, Ramadan, Hajj plus programs, Muslim tours and Umrah financing. Thirdly, maintaining interaction and friendship with pilgrims who have participated in the Umrah program, they hope to get useful feedback and create congregational satisfaction, which in turn can become positive recommendations for other prospective pilgrims. The four production product concepts provide a variety of worship service program options for their prospective pilgrims taking into account their wishes, financial capabilities, and providing a clear explanation of each program they offer.

Keywords: Strategy, Marketing, Umrah, Haji

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobilalamin, segala puji bagi Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang. Yang telah memberikan petunjuk serta kemudahan dalam menulis skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikannya. Adapun skripsi yang ditulis berjudul **“Strategi Pemasaran PT. Amanah Baitullah Dalam Merekrut Calon Jama’ah Haji Dan Umrah”**. Sholawat beserta salam diberikan kepada Nabi Muhammad SAW, dengan memperbanyak sholawat semoga kita mendapat syafaat-Nya.

Skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk melengkapi syarat guna memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos) pada jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak diberi bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan akan dibalas oleh Allah SWT. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mencurahkan kasih sayang yang luar biasa, serta dukungan baik moral, material, doa serta semangat dan motivasi kepada penulis. Mereka semua adalah sumber semangat bagi penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Kemudian tidak lupa pula penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Imron Rosidi, S.Pd, MA., Ph.D selaku dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
2. Bapak Khaidruddin, S.Ag., M.Ag selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah
3. Bapak Perdamaian Hsb, S.Ag., MA selaku pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan dukungan, pengarahan, dan nasehat kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Bapak Edison, S.Sos., M.I Kom selaku PA (Pembimbing Akademik) yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan dukungan, pengarahan, dan nasehat kepada penulis dalam penyusunan skripsi


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

5. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan pada penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Seluruh staf di Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Perpustakaan Universitas Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan yang baik dan kemudahan dalam administrasi.
7. Ibunda Murni (Alm) dan Ayahanda Anwar Mis, bang Hendra, Bang Iwan, Kak Tika, dan Kak Eni serta keluarga besar yang setia memberikan dukungan, semangat, dan kasih sayang serta doa yang tulus bagi peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Yang terkasih Ainil Hasanah yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan menghibur penulis ketika lelah.

Semua pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu, semoga semua bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung akan menjadi amal ibadah dan mendapatkan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. *Aamiin*.

Penulis menyadari keterbatasan dan kelemahan dalam menuntut ilmu pengetahuan. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik maupun saran yang membangun dari pembaca. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan penulis sendiri. Semoga Allah membalas semua kebaikan.

Pekanbaru, Oktober 2023

Penulis,

FAHMI HUSNAN

NIM. 11840414052



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORSINALITAS	iii
NOTA DINAS.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	2
C. Rumusan Masalah	3
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
E. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	
A. Kajian Terdahulu.....	6
B. Kajian Teori.....	11
C. Kerangka Pikir.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	27
B. Lokasi dan waktu Penelitian	27
C. Sumber Data	28
D. Informasi Penelitian	28
E. Teknik Pengumpulan Data	29
F. Validasi Data	30
G. Teknik Analisa Data.....	32

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



BAB IV Gambaran Umum Perusahaan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

A. Sejarah Singkat Perusahaan PT.Amanah Baitullah Tour	34
B. Visi Misi Perusahaan.....	35
C. Legalitas Perusahaan	35
D. Struktur Organisasi Perusahaan	36
E. Program Pelayanan Perusahaan	38

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penulisan.....	40
B. Pembahasan.....	46

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	56

DAFTAR PUSTAKA	57
-----------------------------	-----------

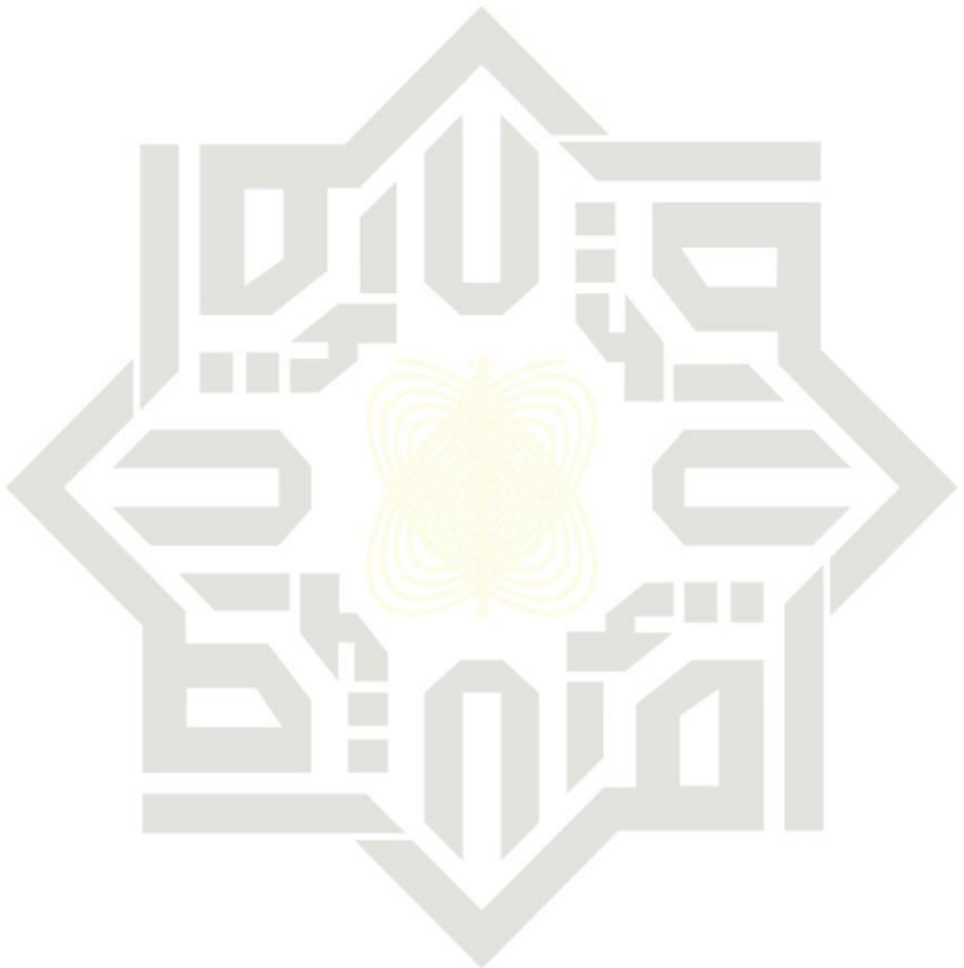
LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Kajian Terdahulu.....	6
Tabel 2	Jumlah Jamaah umroh tahun 2019 pada PT.Amanah Baitullah	40



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.



TABEL SKEMA

Skema 1 Kerangka Fikir..... 26

Skema 2 Struktur Organisasi..... 36



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Haji merupakan rukun Islam yang kelima. Ketika seseorang sudah berhasil menunaikan keempat rukun Islam sebelum haji (syahadat, shalat, puasa, dan zakat), maka seseorang terdorong untuk menunaikan haji. Dalam Islam, penekanan haji tidak sekuat penekanan syahadat, shalat, puasa, dan zakat. Dengan kata lain, ibadah haji memiliki dua status hukum, wajib bagi yang mampu dan tidak wajib bagi yang tidak mampu. Haji juga harus dilaksanakan oleh seluruh umat Islam, yang mana haji merupakan bagian puncak dalam kesempurnaan rukun islam tersebut.¹

Ibadah haji dan umrah merupakan ibadah yang dikerjakan bagi umat Islam di tanah suci. Umumnya bagi masyarakat muslim melaksanakan haji dan umrah melalui travel haji dan umrah menjadi pilihan baginya untuk segera sampai ke tanah suci untuk mengunjungi Ka'bah yang merupakan kiblat umat muslim diseluruh dunia dan merupakan tempat yang agung dan suci untuk melaksanakan ibadah. Dengan menggunakan jasa travel haji dan umrah bisa memudahkan bagi orang yang ingin mengunjungi tanah suci, selain pelayanannya yang cepat juga banyak kelebihan dan menawarkan paket-paket umrah dan harga yang ditawarkanpun bervariasi.

Dari hal tersebut Persaingan usaha di bidang travel haji dan umrah ini semakin diminati oleh pengusaha, Hal ini diperlukan marketing yang kompeten untuk menjangkau jamaah, dengan banyaknya minat orang untuk melakukan ibadah haji dan umroh maka usaha ini menjadi ladang bisnis yang prospektif. Penyelenggaraan ibadah haji bertujuan memberikan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan kepada jamaah haji, pelayanan dilakukan dengan mengedepankan asas keadilan, profesional dan akuntabel.

¹ Kholilulrohman, "Strategi Marketing Haji dan Umarh Dalam Merekrut Jama'ah", Jurnal Al-Balagh, Vol 2 No 2, 2017, hlm..234

PT.Amanah Baitullah merupakan salah satu perusahaan yang berdiri sebagai inisiatif yang lahir dari banyaknya permintaan pasar yang di mana banyak calon jamaah umrah yang ingin mendapatkan fasilitas serta kemudahan yang lengkap dan praktis. Di samping ibadah umrah yang dijadikan sebagai suatu usaha, PT.Amanah Baitullah melayani perjalanan umroh yang terlebih lagi pada saat ini perjalanan umroh merupakan suatu trend, di mana dengan adanya perjalanan umroh ini mengalami peningkatan yang cukup drastis, sebab ada pandangan dari beberapa konsumen bahwa sebelum berangkat haji alangkah baiknya bila umroh terlebih dahulu sebagai suatu ujian sebelum melaksanakan ibadah Haji. Oleh karena itu perusahaan penyedia jasa travel haji dan umroh berlomba-lomba dalam merekrut jema'ah untuk supaya menggunakan jasa mereka, dengan merumuskan strategi yang tepat untuk menarik minat para jama;ah haji dan umrah.

Berdasarkan pada latar belakang itulah penulis mencoba untuk menganalisa dengan melakukan penelitian secara lebih spesifik di PT. Amanah Baitullah untuk mengetahui lebih lanjut tentang strategi pemasarannya. Maka peneliti bertujuan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran PT. Amanah Baitullah Dalam Merekrut Calon Jama’ah Haji dan Umrah”**

B. Penegasan Istilah

Strategi

Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.

Strategi yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi yang dilakukan oleh PT Amanah Baitullah dalam merekrut calon Jema’ah haji dan umrah, sehingga orang tertarik untuk mendaftar di perusahaan PT Amanah Baitullah, tersebut, dengan contoh seperti membuat iklan-iklan di sosial media dan juga iklan yang di pasang di jalan jalan atau seperti brosur yang dibagikan oleh pegawainya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. Pemasaran

Pemasaran menurut W. Y. Stanton pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial.²

Pemasaran yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah bagaimana proses pemasaran, yang nantinya bisa mencapai tujuan yang di inginkan oleh perusahaan PT Amanah Baitullah. Pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan strategi marketing mix yang telah penulis buat sebagai focus penelitian ini.

Haji dan Umrah

Haji merupakan suatu ibadah yang dilakukan dengan mengunjungi ka'bah dan dilakukan pada waktu yang telah ditentukan dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan, semuanya dilakukan untuk mentaati perintah Allah Swt dan mendapatkan ridhonya.

Umrah berasal dari kata i'timar berarti ziarah, yaitu berziarah ke ka'bah dan bertawaf, kemudian ber-sa'i dari Shafa dan Marwah, dan mencukur rambut (tahlul) tidak wukuf di Arafah.³

Haji dan umrah disini yaitunya seseorang yang beragama islam(muslim) yang mampu dalam segi finansial dan fisik diwajibkan untuk ibadah haji dan umrah agar bisa menyempurnakan rukun islam yang ke lima, sebagai bentuk dari keimanan kita sebagai hambanya.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “ Apa Strategi Pemasaran PT. Amanah Baitullah Dalam Merekrut Calon Jema'ah Haji dan Umrah?”

² Intan septia, Strategi Pemasaran. Diakses tanggal 24 Desember 2021 dari: <http://www.midas-solusi.com/knowledge-space/en/detail,33,strategi-pemasaran>.

³ Tata Sukayat, Manajemen Haji, Umrah, Dan Wisata Agama, (Bandung, Simbiosis Rekatama Media: 2016), Cet. ke-1, hlm. 4-24

D. Tinjauan dan kegunaan Penulisan

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas maka tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran PT.Amanah Baitullah Dalam Merekrut Calon Jema'ah Haji dan Umrah.

Kegunaan penelitian

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat diperoleh manfaat antara lain sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis

- 1) Penelitian ini bertujuan sebagai bahan informasi dan kajian ilmiah terkait dengan strategi pemasaran dalam merekrut Jema'ah Haji dan Umrah.
- 2) Menambah khazanah ilmu pengetahuan, khususnya bagi mahasiswa jurusan Manajemen Dakwah Kosentrasi Haji dan Umrah.
- 3) Menambah wawasan dalam peningkatan teori mengenai haji dan umroh sesuai dengan perkembangan zaman, sehingga bisa menciptakan teori yang baru dalam proses strategi pemasaran.

b. Kegunaan Praktis

- 1) Dapat dijadikan pedoman bagi pihak-pihak yang terkait, terutama pihak PT. Amanah Baitullah dalam meningkatkan pelayanan yang berkualitas.
- 2) Dapat dijadikan pedoman bagi pihak-pihak yang terkait menambah wawasan dan pengetahuan tentang prodak haji dan umroh terhadap masyarakat maupun jamaah, dan menimbulkan kepercayaan terhadap PT. Amanah Baitullah, melalui kualitas pelayanannya.
- 3) Dapat bermanfaat bagi pengetahuan penulis dan pembaca, sekaligus sebagai syarat dalam menyelesaikan perkuliahan pada program Sarjana Serata Satu (S1) dan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan Manajemen Dakwah Kosentrasi Manajemen Travel Haji dan Umrah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas 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.



E. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika penulisan sehingga memudahkan untuk memahami. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah :

BAB I

PENDAHULUAN

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

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

Bab ini penulis mengemukakan kajian teori, kajian terdahulu dan kerangka berfikir yang digunakan dalam penulisan.

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini penulis mengemukakan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

Bab ini berisikan gambaran umum dan subjek penulisan

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan dari hasil wawancara yang telah dilakukan dan data-data Mengenai Strategi Pemasaran PT. Amanah Baitullah Dalam Upaya Merekrut Calon Jama'ah Haji Dan Umrah

BAB VI

PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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



BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Terdahulu

Untuk membandingkan dengan penulisan lain sekaligus melihat posisi penulisan ini, maka perlu dilihat penulisan-penulisan lain yang pernah dilakukan. Adapun penulisan yang hampir mirip dan sama dengan penulisan ini adalah penulisan sebagai berikut :

Tabel 1. Kajian Terdahulu

No	Penulisan Terdahulu	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
	Uswatun Khasanah, Mahasiswi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau	Strategi Pemasaran Pt. Silver Silk Pekanbaru Dalam Upaya Merekrut Calon Jama'ah Haji Plus Dan Umrah, pada tahun 2019	Dalam proses merekrut calon jama'ah haji plus dan umrah PT.Silver Silk Pekanbaru menciptakan daya tarik untuk memberikan respon terhadap jamaahnya yaitu dengan memberikan discount. Tiap tahun PT. Silver Silk Pekanbaru mempunyai program paket yang bervariasi. setiap paket paket yang diminati calon jamaah akan diberikan discount. PT. Silver Silk Pekanbaru juga Mempunyai mobil	Perbedaannya terletak kepada focus penelitian yang berfokus kepada haji plus dan umroh dan juga menggunakan strategi yang berbeda dari penelitian saya, kemudian lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.

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.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p> <p>State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p> <p>Titin Susndari, Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry, Pekanbaru Thaha Alfaidunin Jambi</p>	<p>Analisis Strategi Pemasaran Haji Dan Umroh Dalam Meningkatkan Jumlah Jama'ah Pada Albalad Alameen Tours & Travel Kota Jambi, pada tahun 2021</p>	<p>operasional sendiri.</p> <p>Strategi Pemasaran Haji dan Umroh dalam meningkatkan jumlah jama'ah pada Albalad Alameen tours dan travel Kota Jambi, diantaranya menciptakan perbedaan, sajian penawaran yang berbeda, melayani lebih baik, menjaga citra perusahaan dan Pengelola keluhan pelanggan. Faktor pendukung dan penghambat dalam proses pemasaran Haji dan Umroh dalam Meningkatkan Jumlah Jama'ah pada Albalad Alameen tours dan travel Kota Jambi diantaranya faktor pendukung seperti keterbukaan informasi, mengikuti bimbingan teknis dan perhatian dari pemerintah. Factor penghambat seperti</p>	<p>Perbedaannya penelitia Titin Susndari dalam teorinya membahas tentang pemasaran dalam meningkatkan jumlah Jemaah sedangkan, sedangkan fokus dari penelitian saya yaitunya tentang upaya merekrut calon Jemaah haji dan umroh, lokasi dan waktu yang berbeda.</p>
--	---	--	---

1. 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.
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

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.

	<p>Diah Ramadhani, Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Suska Riau</p>
	<p>Strategi Pemasaran PT. Amanah Travel Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Di Kota Pekanbaru, Pada Tahun 2020</p>
<p>informasi tidak <i>up to date</i>, sumber dan manusia terbatas dan kurangnya dukungan dari pemerintah. Tinjauan ekonomi syaria'ah terhadap strategi pemasaran haji dan umrah pada AlbaladAlameen tours & travel Kota Jambi, di antaranya dengan mengedepankan berperilaku baik dan simpatik, berperilaku adil dalam bisnis, jujur dan terpercaya dan menepati janji dan tidak curang</p>	<p>Strategi pemasaran PT. Amanah Travel dalam meningkatkan jumlah jamaah umrah di Kota Pekanbaru terdapat 7 indikator: 1. Strategi produk (Product), yaitu dengan menawarkan paket-paket yang bervariasi.</p>
	<p>Perbedaannya yaitu dari teorinya membahas tentang meningkatkan jumlah Jamaah untuk umroh, sedangkan penelitian yang saya teliti lebih kepada strategi pemasaran Jamaah haji dan umrah kerangka fikir yang digunakan juga berbedadengan penelitian</p>

yang saya teliti dan terdapat pula perbedaan lokasi dan waktu penelitian.

2. harga (Price), yaitu memiliki harga yang sesuai dengan fasilitas yang didapatkan.

3. Strategi tempat (Place), yaitu melakukan pendistribusian secara langsung untuk memudahkan calon jamaah dalam melakukan proses pendaftaran.

4. Strategi promosi (Promotion), yaitu dengan membentuk tim-tim dan jadwal kegiatan promosi.

5. Strategi orang (people), yaitu memiliki prosedur rekrutmen karyawan, melakukan pelatihan meningkatkan skill dan keterampilan karyawan, dan memberikan motivasi kepada karyawan.

6. strategi bukti fisik (physical evidence), yaitu memperlihatkan

© 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.

testimoni perjalanan umrah sebelumnya kepada calon jamaah, menyediakan sarana dan prasarana yang baik, mempunyai muthawwaif dan muthawwifah yang berpengalaman.

7. strategi proses (process), yaitu memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan keinginan jamaah dan mampu memberikan kepercayaan kepada jamaah

© 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.



B. Kajian Teori

1. Konsep Strategi

a) Strategi

Istilah “strategi” dirumuskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, oleh siapa yang mengerjakan, bagaimana cara mengerjakan, serta kepada siapa saja hal-hal tersebut perlu dikomunikasikan, dan juga perlu dipahami mengapa hasil kinerja tersebut perlu dinilai. Strategi merupakan suatu pernyataan yang mengarah bagaimana masing-masing individu dapat bekerja sama dalam suatu organisasi, dalam upaya pencapaian tujuan dan sasaran organisasi tersebut. Dengan kata lain strategi dikatakan suatu tujuan yang ingin dicapai.⁴

Menurut Griffin strategi adalah sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tugas organisasi. Tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi dilingkungan dimana organisasi tersebut menjalankan aktivitas. Bagi organisasi bisnis, strategi dimaksudkan untuk bisa mempertahankan dalam keberlangsungan bisnis perusahaan dibandingkan para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen.⁵

Strategi adalah kerangka yang membimbing dan mengendalikan pilihan-pilihan yang menetapkan sifat-sifat dan arah suatu organisasi atau perusahaan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) disebutkan bahwa strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu di perang, atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁶

Menurut Philip Kotler, perencanaan strategi adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan mempertahankan kesesuaian yang layak antara sasaran, keahlian, dan sumber daya serta peluang-peluang pasar yang selalu berubah. Tujuan

⁴ Sofjan Assauri. *MBA Strategic Management*, (Jakarta, Rajawali Pers 2016), hlm. 3

⁵ Ali Zasri, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Pekanbaru: Suska Press, 2008), hlm. 30.

⁶ Pusat Bahasa Departement Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm.192

kekuatan dan kelemahan secara internal, menerapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi untuk dilaksanakan.

Kedua, impementasi strategi adalah strategi bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya yang ditempatkan melalui penempatan struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya perusahaan atau organisasi.

Ketiga, evaluasi strategi adalah hal yang sangat diperlukan dalam sebuah strategi yang telah kita lakukan untuk supaya selanjutnya bisa lebih baik lagi.

Ada tiga macam evaluasi yang mendasar yaitu:

Pertama Meninjau faktor-faktor eksternal (berupa peluang dan ancaman) dan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang menjadi dasar asumsi pembuatan strategi.

Kedua, mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan yang didapat). Menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi prestasi individu dan menyimak kemajuan yang dibuat ke arah penyampaian sasaran yang dinyatakan.

Ketiga, Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana. Dalam mengambil tindakan korektif tidak harus berarti bahwa strategi yang ada akan ditinggalkan atau bahkan strategi baru harus dirumuskan. Tindakan korektif diperlukan apabila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan yang diharapkan atau pencapaian yang direncanakan maka disitulah tindakan korektif diperlukan.¹⁰

d) Pentingnya Strategi

Ada beberapa poin yang menyatakan pentingnya sebuah strategi dalam menentukan perihal yang akan dilakukan, yaitu:

- ① memberikan arah yang jelas pada semua jajaran manajemen dalam perusahaan.
- ② Agar manajer berpikir jauh ke depan dengan kreatif.

¹⁰ *ibid.*, hlm. 14.

- (3) Memaksa manajer untuk mengantisipasi dan meramalkan faktor eksternal yang rumit dan tidak pasti.
- (4) menyusun strategi, para manajer untuk dapat berkomunikasi dengan jelas satu dengan yang lain. Strategi dapat menyatukan pandangan yang berbeda dari setiap manajer dan departemen dalam perusahaan.
- (5) Perusahaan selalu dihadapkan dengan situasi persaingan. Kalau Tidak mampu untuk mengantisipasi ke depan, maka akan ketinggalan dengan para pesaing.¹¹

2. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta memerlukan produk dan nilai dengan pihak lain.¹² Strategi pemasaran yaitu sebuah keseluruhan, program perusahaan untuk menentukan target pasar serta memuaskan konsumen dengan cara membangun kombinasi elemen dari bauran pemasaran, produk, promosi, distribusi, dan harga. Perencanaan dari strategi pemasaran yaitu mencari peluang yang menarik dan mengembangkan strategi pemasaran yang menguntungkan, strategi pemasaran merinci pasar sasaran dan bauran pemasaran yang terkait dengannya.¹³

Menurut Mulyadi Nitisusastro ada beberapa cara dalam strategi pemasaran diantaranya:¹⁴

- (1) Menciptakan Perbedaan
- (2) Sajian Penawaran yang Berbeda
- (3) Melayani Lebih Baik
- (4) Menjaga Citra Perusahaan
- (5) Mempertahankan Standar Tinggi

¹¹ Rahayu Puji Suci, *Esensi Manajemen Strategi*, (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2015), hlm. 3-4.

¹² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 68-69

¹³ Lilis Wahidatul Fajriyah, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Tahu Baxo Ibu Pudji Unggahan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi, (Semarang, UIN Walisongo, 2018), hlm. 20

¹⁴ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 117-123



- (6) Pimpinan Perusahaan Yang Memanfaatkan Teknologi Dalam Pelayanan
- (7) Pengelola Keluhan Pelanggan
- (8) Menjaga Kinerja Pegawai

3. Strategi Pemasaran (Tinjauan Perspektif Khoter Amstong)

Dalam pemasaran bisnis pasti akan menggunakan strategi pemasaran untuk mempromosikan dan menjual pekerjaan mereka dengan istilah “*marketing mix*” model marketing mix ini baru di ciptakan abad ke-20 seorang professor Harvard dan pakar pemasaran Neil Bordon menguraikan tentang apa marketing mix menurut Klotler dan Amstrong konsep *marketing mix* ada tujuh yaitu:¹⁵

a) Produk (*products*)

Produk merupakan segala bentuk hasil usaha yang ditawarkan ke pasar untuk digunakan atau dikonsumsi sehingga bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat, dengan menyediakan kualitas dan jasa dan memiliki keunikan tersendiri secara otomatis dapat meningkatkan daya saing di pasaran, produk memiliki dua unsur yang perlu diperhatikan yaitu kualitas dan visual, kemudian melakukan riset dapat mencakup informasi, respon pasar, keinginan konsumen, dengan informasi yang di dapat kita dapat membandingkan kekurangan dan kelebihan jasa yang kita berikan.

b) Harga (*price*)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh klien anda untuk mendapatkan produk yang ditawarkan, jadi bagaimana caranya agar dapat membuat pelanggan merasa pengeluaran sesuai dengan apa yang di dapat.

¹⁵ Klotler dan Amstrong, *Manajemen pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2016), hlm, 51.

c) Tempat (*place*)

Konsep ini berfokus pada tempat dan perusahaan akan berdiri, dimana semakin strategis tempat bisnis maka semakin besar juga keuntungan yang akan didapat perusahaan, dengan lokasi yang strategis, konsumen dapat lebih mudah menemukan dan menjangkau bisnis yang sedang di jalani.

d) Promosi (*promotions*)

Promosi adalah bagaimana cara memasarkan produk, media apa yang digunakan dan sebagainya, promosi merupakan salah satu strategi marketing yang memiliki tujuan antara lain:

- 1) Mengidentifikasi dan menarik konsumen baru.
- 2) Mengomunikasikan produk baru.
- 3) Meningkatkan jumlah konsumen untuk produk yang telah dikenal secara luas.
- 4) Menginformasikan kepada konsumen tentangnya peningkatan kualitas produk.
- 5) Mengajak konsumen untuk mendatangi tempat penjualan produk.
- 6) Memotivasi konsumen agar memilih atau membeli suatu produk.

Pada dasarnya, promosi merupakan aktivitas penyebaran informasi yang bersifat membujuk, mempengaruhi dan mengingatkan pasar bahwa produk anda sudah siap dijual dan dibeli oleh mereka. Salah satu yang dapat dilakukan adalah memasang iklan melalui media-media, elektronik, prosur, spanduk, dan social media.

e) Orang (*people*)

Sumber daya manusia merupakan komponen penting dalam strategi *marketing mix*, faktor sumber daya manusia sangat menentukan maju tidaknya sebuah perusahaan, inilah mengapa perusahaan berlomba-lomba mencari kandidat-kandidat pekerja terbaik, mereka bahkan rela membayar lebih untuk menyewa pihak pencari kerja independen yang sudah ahli dalam mencarikan kandidat pekerja perusahaan, faktor penting lainnya dalam sumber daya manusia adalah attitude dan motivasi dari karyawan dalam industri jasa, attitude dapat di aplikasikan dalam berbagai bentuk seperti penampilan karyawan, suara dalam berbicara, body

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.

language, ekspresi wajah dan tutur kata, sedangkan motivasi akan menentukan sejauh apa karyawan ingin atau menyukai pekerjaan yang dilakukan.¹⁶

b. Proses (*process*)

Proses mencakup cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya, melalui dari konsumen memesan hingga akhirnya mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan.

c. Tampilan fisik (*physical evidence*)

Tampilan fisik tempat usaha akan menjelaskan bagaimana penataan bangunan dari suatu perusahaan yang menarik perhatian, perusahaan tentu akan menyadari bahwa penataan bangunan di suatu perusahaan dapat mempengaruhi mood pengunjung, bangunan harus dapat menciptakan suasana yang menyenangkan, sehingga memberikan pengalaman kepada pengunjung dan dapat memberi nilai tambah bagi perusahaannya.¹⁷

4. Langkah-Langkah dalam Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan proses lima tahap yang terdiri dari analisis situasi strategis, perancangan strategi pemasaran, pengembangan program pemasaran serta implementasi dan pengelolaan strategi pemasaran yaitu:¹⁸

- a) Analisis situasi strategi
- b) Perencanaan strategi pemasaran
- c) Pengembangan program pemasaran.
- d) Implementasi dan pengelolaan strategi pemasaran.

Analisis situasi strategi meliputi memenangkan pasar melalui perencanaan strategis berorientasi pasar, mengumpulkan informasi dan mengukur permintaan pasar, mencari peluang di lingkungan pemasaran, menganalisis pasar konsumen dan perilaku pembeli, menganalisis pasar komunitas internet, menganalisis pasar bisnis

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 53-54.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ M. Suyanto, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Media, 2003) hlm. 33.

dan perilaku pembelian bisnis, menghadapi pesaing dan mengidentifikasi segmen pasar serta memilih pasar sasaran. Perancangan strategi pemasaran mencakup menentukan posisi dan mendiferensiasi pasar, strategi hubungan pemasaran mencakup menetapkan strategi produk. Strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi, implementasi dan pengolahan strategi mencakup merancang organisasi pemasaran yang efektif, implementasi dan pengendalian strategi.

5. Konsep Strategi Pemasaran.

Terdapat lima konsep yang berkaitan satu sama lain, yang merupakan landasan bagi kegiatan pemasaran perusahaan, yaitu:¹⁹

a) Konsep produksi (*Product Concept*)

Konsep ini mengemukakan bahwa para pelanggan akan menyukai produk-produk yang tersedia secara luas dan harganya murah. Manajemen dalam organisasi yang berorientasi pada produksi mengarahkan segenap upaya untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi dan lipatan distribusi yang luas.

b) Konsep produk (*Production concept*)

Konsep ini berpendapat bahwa para konsumen akan menyukai produk-produk yang memberikan kualitas, penampilan, dan ciri-ciri terbaik. Manajemen dalam organisasi yang berorientasi pada produk memusatkan upaya mereka untuk membuat produk yang baik dan terus-menerus meningkatkan mutu produk.

c) Konsep penjualan (*Sales concept*)

Konsep ini berpendapat bahwa para konsumen, jika dibiarkan sendiri, biasanya tidak akan membeli produk-produk dari organisasi perusahaan tersebut. Oleh karena itu, organisasi harus melakukan kegiatan penjualan yang agresif dan usaha promosi gencar. Konsumen akan membeli produk bila dirangsang dengan promosi.

¹⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), edisi 1 cet 4, hlm. 186



d) Konsep pemasaran (*Marketing concept*)

Konsumen akan merasa puas apabila kebutuhan dan keinginannya dipenuhi secara terus-menerus. Konsep ini berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan penyerahan produk yang memuaskan secara lebih efektif dan efisiensi dibanding para pesaing. Konsumen akan puas apabila perusahaan memperhatikan kesejahteraan konsumen dan lingkungannya. Konsep ini berpegang pada anggapan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat dari pasar sasaran serta memberi kepuasan dengan cara yang lebih efisien dan efektif dari pada persaingan, sehingga dapat menjamin atau mendorong kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

6. Konsep Haji dan Umrah

a) Haji

(1) Pengertian Haji

Secara bahasa kata haji berarti berniat pergi, bermaksud atau menuju suatu tempat tertentu. Sedangkan haji menurut istilah adalah menuju ke ka'bah untuk mengerjakan perbuatan-perbuatan tertentu, yaitu mengunjungi suatu tempat tertentu dengan melaksanakan suatu pekerjaan tertentu.²⁰ Menurut istilah syara' haji adalah sengaja mengunjungi Makkah (ka'bah) untuk mengerjakan ibadah yang terdiri atas *ta'waf, sa'i, wukuf*, dan ibadah lainnya untuk memenuhi perintah Allah dan mengharapkan keridaannya.²¹ Dari pengertian tersebut bisa dipahami bahwa haji merupakan suatu ibadah yang dilakukan dengan mengunjungi ka'bah dan dilakukan pada waktu yang telah ditentukan dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan, semuanya dilakukan untuk mentaati perintah Allah Swt dan mendapatkan ridanya.

²⁰ Nuzulita Sukayat, *Manajemen Haji, Umrah, Dan Wisata Agama*, (Bandung, Simbiosis Rekta Media:

2006), Cet. ke-1, hlm. 4

²¹ *Ibid*, hlm h. 4-5.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

(2) Macam-macam Haji

Dalam pelaksanaannya, ibadah haji terbagi menjadi tiga jenis, yaitu:²²

(a) Haji Tamattu

Jamaah masuk pada amalan-amalan haji di bulan haji, dimulai dengan umrah terlebih dahulu dengan berniat di *miqat*, “*Allahumma labbaika umratan mutamatti’an biha ilal hajj*”. Cara pelaksanaannya yaitu melaksanakan *ihram* dari *miqat* untuk umrah, kemudian melaksanakan ibadah haji, setelah selesai semua ibadah umrah. Keduanya dilakukan pada musim haji di tahun yang sama.

(b) Haji Qiran

Jamaah berniat haji dan umrah secara bersamaan pada bulan haji, dengan berniat di *miqat*, *Labbaika hajjan wa umratan*”. Setiba di Makkah, kemudian jamaah melaksanakan tawaf *qudum* dan *sa’i* (untuk *sa’i* boleh ditunda sampai selesai melaksanakan tawaf *ifadhah* pada 10 Dzulhijjah). Setelah selesai melaksanakan *sa’i*, tidak diperbolehkan melakukan hal-hal yang diharamkan ketika *ihram*. Jadi jamaah tetap dalam keadaan *ihram* sampai tanggal 10 Dzulhijjah setelah melaksanakan amalan-amalan haji.

(c) Haji Ifrad

Jamaah berniat melaksanakan haji saja tanpa umrah pada saat bulan-bulan haji, dengan melapaskan niat di *miqat*, “*Labbaika hajjan*”. Sama halnya dengan haji qiran setibanya di Makkah, kemudian melaksanakan tawaf *qudum* dan *sa’i* (untuk *sa’i* boleh ditunda sampai selesai melaksanakan tawaf *ifadhah* pada 10 Dzulhijjah). Setelah selesai melaksanakan *sa’i*, tidak diperbolehkan melakukan hal-hal yang diharamkan ketika *ihram*. Jadi jamaah tetap dalam keadaan *ihram* sampai tanggal 10 Dzulhijjah setelah melaksanakan amalan-amalan haji.

²²*ibid.*, hlm. 41-43.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
 (3) Syarat Wajib Haji

Dalam islam untuk melaksanakan haji ataupun umrah perlu memperhatikan syarat-syarat yang harus dipenuhi yaitu sebagai berikut:²³

- (a) Beragama Islam
- (b) *Balig*/berakal.
- (c) Berakal sehat/tidak gila.
- (d) Merdeka.
- (e) Mampu, baik secara fisik maupun harta.
- (f) Sehat badan, apabila mempunyai cukup harta maka orang yang sakit dapat diwakilkan kepada orang lain.
- (g) Ada kendaraan yang dapat digunakan untuk pergi ke Makkah.
- (h) Keamanan dalam perjalanan terjamin.
- (i) Memiliki perbekalan yang cukup untuk dirinya dan keluarganya sampai kembali dari ibadah haji.
- (j) Untuk wanita, harus bersama muhrim.

(4) Rukun Haji

Rukun haji adalah syarat wajib yang harus dilakukan saat menunaikan ibadah haji, rukun haji ada enam yaitu:²⁴

- (a) Ihram, niat mengerjakan haji atau umroh, yaitu keadaan suci diri dengan memakai pakaian (dua helai kain yang tidak berjahit untuk laki- laki), kemudian melepaskan niat haji aatau umroh
- (b) Wukuf di Arafah, adalah berada di padang Arafah pada saat waktu yang telah ditentukan, mulai dari tergelincirnya matahari pada tanggal 9 Dzulhijjah sampai terbit fajar pada tanggal 10 Dzulhijjah.
- (c) Tawaf, adalah berjalan mengelilingika'bah sebanyak tujuh putaran diawali dari Hajar Aswad. Posisi ka'bah berada di sebelah kiri atau berkeliling berlawanan

²³*ibid.*, hlm. 55-58.

²⁴*ibid.*, hlm. 59-60.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

arah jarum jam sambil berdoa. Ada beberapa macam jenis tawaf yaitu, *Pertama*, tawaf qudum, adalah tawaf yang dilakukan ketika jemaah akan melaksanakan ibadah haji dating ke masjidil Haram. *Kedua*, tawaf ifadhah, adalah tawaf yang dilakukan oleh jemaah haji untuk memenuhi rukun haji. *Ketiga*, tawaf wada', adalah tawaf yang dikerjakan oleh jemaah haji sebelum meninggalkan ka'bah (Makkah), biasanya juga di sebut tawaf perpisahan. *Keempat*, yaitu tawaf nazar. Tawaf yang dikerjakan untuk memenuhi nazar.

Sa'i, adalah berlari-lari kecil dari bukit Shafa dan Marwah sebanyak tujuh kali (pulang pergi).

Tahallul, mencukur rambut paling sedikit tiga helai rambut.

Tertib, menahulukan yang pertama sampai yang terakhir secara berturut-turut.

b) Umrah

(1) Pengertian Umrah

Menurut bahasa, umrah bermakna ziarah atau kunjungan. Umrah juga bisa diartikan dengan menyengaja, dan menurut istilah umrah berarti ibadah yang mengharuskan tawaf, sa'i, mencukur habis memendekkan rambut, dan ihram. Dilihat dari segi bahasa umrah berarti mengunjungi, sedangkan mu'tamir bermakna orang yang mengunjungi dan menuju pada sesuatu. Sementara secara syariat, umrah bermakna mengunjungi Masjidil Haram pada waktu kapan pun selama setahun untuk menunaikan manasik khusus.²⁵ Abu Hurairah r.a. menuturkan bahwa Rasulullah SAW bersabda,

“Umrah yang satu dengan umrah yang berikutnya adalah penghapus dosa antara keduanya. Haji yang mabrur tidak ada balasannya, kecuali surga”(HR. Al-Bukhori).²⁶

²⁵ Muhammad Ablah Al-Kahlawi, *Buku Induk Haji dan Umrah Untuk Wanita*, (Jakarta: Zaman, 2009) cet. 1, hlm.1

²⁶ Gun Abdul Basit, *Membedah Hadits-Hadits Haji dan Umrah*, (Garut: STAIPI Garut Perss), hlm.

28



Karena sebagaimana kita ketahui bahwa aktifitas umrah tersebut merupakan refleksi dari pengalaman-pengalaman hamba Allah (yaitu Ibrahim dan putranya Nabi Ismail) dalam menegakkan kalimat tauhid. Perkataan umrah yang disebut sebagai berarti meramaikan itu sebetulnya sama artinya dengan makmur (diambil dari bahasa arab Ma'mur).

Syarat Wajib Umrah

Adapun syarat-syarat wajib umrah sama dengan syarat-syarat wajib haji, sebagaimana sudah dijelaskan sebelumnya, yakni:²⁷

- (a) Beragama Islam
- (b) Berakal sehat
- (c) Baligh (yakni telah sampai umur sehingga dapat membedakan mana benar mana salah)
- (d) Merdeka
- (e) Bukan hamba sahaya
- (f) Kuasa atau mampu mengerjakan (istitha'ah)
- (3) Rukun Umrah

Rukun Umrah menurut para ulama adalah sebagai berikut:²⁸

- (a) Menurut mazhab Syafi'i ada lima yaitu Ihram, Thawaf, Sa'i, memotong/menggunting rambut, tertib. Menurut Wahbah Zuhailly bahwa rukun umrah menurut Syafi'iyah hanya empat tidak termasuk tertib.
- (b) Menurut mazhab Maliki dan Hambali ada tiga, yaitu Ihram dari Miqat, Thawaf, dan Sa'i.
- (c) Menurut mazhab Hanafi, rukun Umrah hanya satu yaitu Thawaf yang dimaksud adalah empat putaran Thawaf sedangkan yang tiga putaran lainnya hukumnya wajib.

²⁷ Al-Kahlawi, *op.cit.*, hlm. 10.

²⁸ *Ibid.*, hlm. 13.

Ayat Al-Qur'an dan Hadits tentang Haji Dan Umrah

Berikut beberapa ayat dan hadis tentang haji dan umrah:

Surah Al-Baqarah ayat 196

وَلْتَجِدْنَهُمْ أَحْرَصَ النَّاسِ عَلَى حَيَاةٍ وَمِنَ الَّذِينَ أَشْرَكُوا يَوَدُّ أَحَدُهُمْ لَوْ يُعَمَّرُ أَلْفَ نَفْسٍ
وَمَا هُوَ بِمُزَحِّزِحِهِ مِنَ الْعَذَابِ أَنْ يُعَمَّرَ وَاللَّهُ بَصِيرٌ بِمَا يَعْمَلُونَ^{٢٩}

Artinya: “Dan sempurnakanlah ibadah haji dan umrah karena Allah. Tetapi jika kamu terkepung (oleh musuh), maka (sembelihlah) hadyu yang mudah didapat, dan jangan kamu mencukur kepalamu, sebelum hadyu sampai di tempat penyembelihannya. Jika ada di antara kamu yang sakit atau ada gangguan di kepalanya (lalu dia bercukur), maka dia wajib berfidyah, yaitu berpuasa, bersedekah atau berkorban. Apabila kamu dalam keadaan aman, maka barangsiapa mengerjakan umrah sebelum haji, dia (wajib menyembelih) hadyu yang mudah didapat. Tetapi jika dia tidak mendapatkannya, maka dia (wajib) berpuasa tiga hari dalam (musim) haji dan tujuh (hari) setelah kamu kembali. Itu seluruhnya sepuluh (hari). Demikian itu, bagi orang yang keluarganya tidak ada (tinggal) di sekitar Masjidilharam. Bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah sangat keras hukuman-Nya”.²⁹

b) Surah Ali Imran ayat 97

²⁹ Q.S Al-Baqarah ayat 196



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

Artinya: “Di sana terdapat tanda-tanda yang jelas, (di antaranya) maqam Ibrahim. Barangsiapa memasukinya (Baitullah) amanlah dia. Dan (di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, yaitu bagi orang-orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Barangsiapa mengingkari (kewajiban) haji, maka ketahuilah bahwa Allah Mahakaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam”.³⁰

c) Surah Al- Hajj ayat 27

وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَىٰ كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ ۝

Artinya: “Dan berserulah kepada manusia untuk mengerjakan haji, niscaya mereka akan datang kepadamu dengan berjalan kaki, dan mengendarai unta yang kurus yang datang dari segenap penjuru yang jauh”.³¹

Hadits tentang haji dan umrah sebagai berikut:

- “Barangsiapa yang telah memiliki bekal dan kendaraan lalu dia tidak berhaji, hendaklah ia mati dalam keadaan menjadi orang Yahudi atau Nasrani.” (HR. At-Tirmidzi dari Ali).
- Hendaklah kalian bersegera mengerjakan haji karena sesungguhnya seseorang tidak akan menyadari halangan yang akan merintanginya.” (HR. Ahmad).

³⁰ Q.S Ali Imran ayat 97

³¹ Q.S Al- Hajj ayat 27



Islam itu didirikan di atas lima pilar syahadat tiada ilah selain Allah dan sesungguhnya Muhammad Rasulullah, mendirikan sholat, membayar zakat, haji ke Baitullah dan puasa di bulan Ramadan.” (HR. Bukhari dan Muslim).

C. Kerangka Fikir

Kerangka berfikir merupakan kerangka penalaran logis untuk berfikir logis sebagai suatu ciri dari cara berfikir ilmiah yang digunakan dan cara menggunakan logika tersebut dalam memecahkan masalah.³² Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antra variable yang akan diteliti. Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting.³³ Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa kerangka berfikir adalah penjelasan sementara secara konseptual tentang keterkaitan hubungan pada setiap objek permasalahan berdasarkan teori.

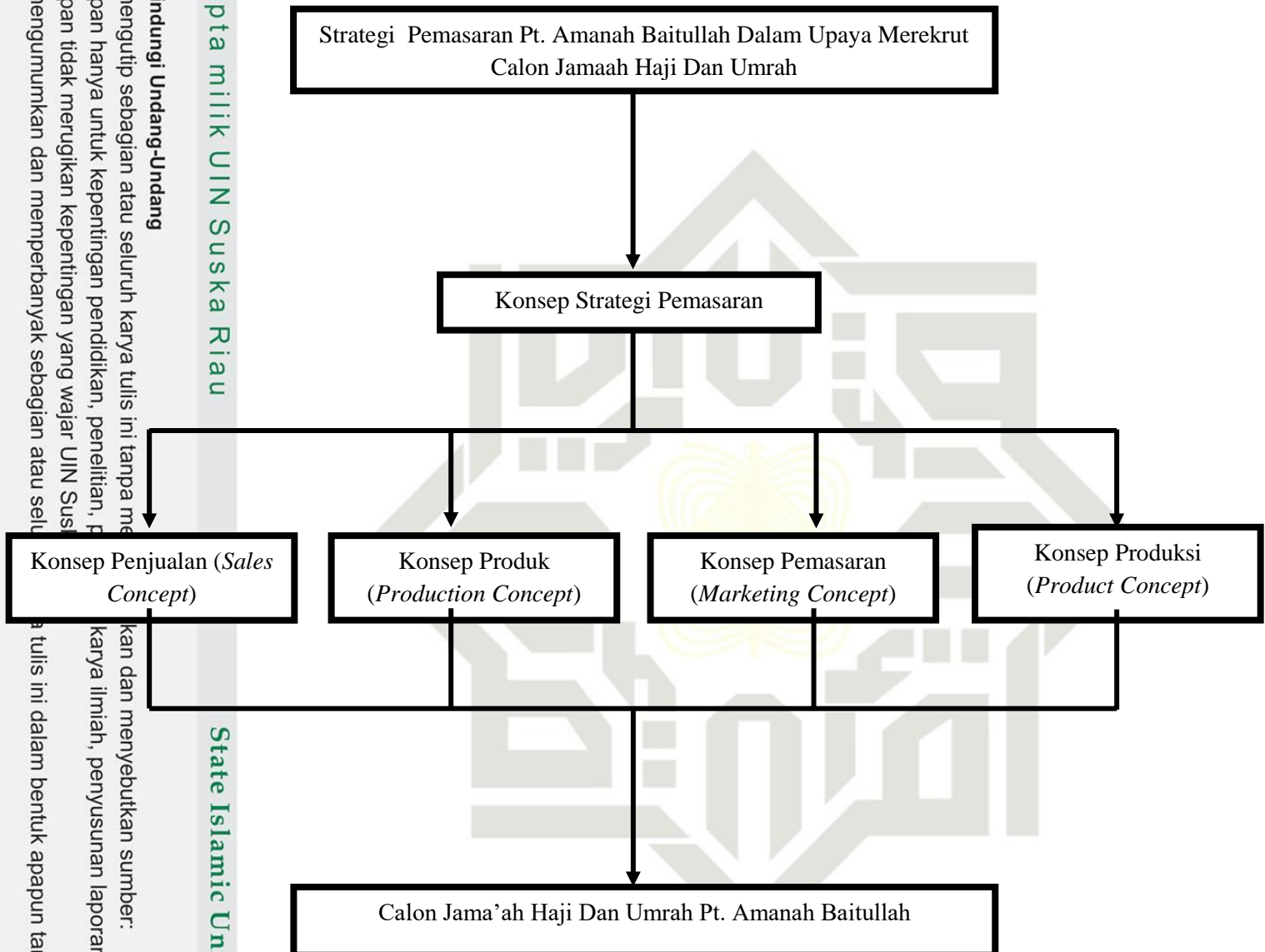
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi, (Mixed Methodos)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 60.

³³ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm.6.

Skema 1 Kerangka Fikir



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa me
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, p
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau selu

kan dan menyebutkan sumber:

karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
a tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskripsi-kualitatif. Fokusnya adalah menggambarkan secara menyeluruh tentang bentuk, fungsi dan makna tentang strateg pemasaran. Hal ini sejalan dengan pendapat Bogdan dan Taylor yang menyatakan “metodologi kualitatif” sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dengan kata lain, penelitian ini disebut penelitian kualitatif karena merupakan penelitian yang tidak mengadakan perhitungan.³⁴

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini penulis lakukan di kantor PT. Amanah Baitullah, Jl. KH Wahid Hasyim No. 8-B Pinang Sebatang Pekanbaru-Riau.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan setelah proposal ini diseminarkan yaitu dimulai tanggal 19 Juni 2023 sampai dengan 21 Juni 2023.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

³⁴Neong Muhadjir, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta : Rake Sarasih, 1996), Edisi Revisi, h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C. Sumber Data

1. Primer

Dalam penelitian ini penulis memperoleh data langsung dari PT. Amanah Baitullah, dengan wawancara secara langsung kepada karyawan ataupun pimpinan PT. Amanah Baitullah.

2. Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang diperoleh oleh pihak lain, yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak lain, yang digunakan oleh penulis untuk memberikan gambaran tambahan, gambaran pelengkap, ataupun untuk diproses lebih lanjut. Dalam penelitian ini penulis mengutip dari buku-buku, internet dan lain sebagainya yang berisikan informasi mengenai pemasaran haji dan umroh.

D. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang merespon atau menjawab pertanyaan pertanyaan penulis, baik pertanyaan tertulis maupun lisan.³⁵ Informan penulisan merupakan subjek yang memahami informasi objek penulisan sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penulisan. Informan dalam penulisan ini berjumlah 3 orang diantaranya :

1. Bapak Irwan S.pt dia adalah karyawan PT. Amanah Baitullah bagian pemasaran, saya memilih karyawan di bagian pemasaran karena dapat memberikan informasi yang saya inginkan dan juga karena penelitian yang saya lakukan ini berkaitan dengan strategi pemasaran PT. Amanah Baitullah dalam upaya merekrut calon pama'ah haji dan umrah.
2. Ibu yumelda dia adalah karyawan dari PT. Amanah Bitullah bagian keuangan dan komisaris. Alasan saya memilih karyawan bagian komisaris karena mengawasi

³⁵ Arry Pongtiku, Dkk, *Metode Penulisan Kualitatif Saja*, (Nulisbuku.com, 2016), h. 98

semua kegiatan PT.Amanah baitullah terutama berkaitan dengan kebijakan dan manajemen perusahaan.

3. Ibu shania juga merupakan karyawan dari PT Amanah Baitullah bagian Administrasi. Alasan saya memilih karyawan bagian administrasi karena berurusan dengan surat menyurat, pembukuan, serta ketatausahaan.
4. Ibu verawati juga merupakan karyawan dari PT Amanah Baitullah bagian pembimbing dan tour leader. Alasan saya memilih karyawan ini karena memimpin grup dalam perjalanan dengan jamaah dan memberikan informasi saat perjalanan bersama jamaah.

E. Teknik Pengambilan Data

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan maka penulisan menggunakan jenis penelitian di antaranya, yaitu *field research* (penelitian lapangan), dan menggunakan penelitian *case study* (studi kasus) di antaranya *multiple sources, document, recording, interview, observation* dan *file dokumen*.³⁶ Selain itu penelitian kualitatif juga mengandalkan data dari sumber sekunder yang diperoleh melalui buku, skripsi, jurnal, majalah, dokumen pemerintah, media elektronik, dan surat kabar. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik mengumpulkan data yang berkaitan dengan pembahasan sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi atau yang disebut pula pengamatan, meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera, dapat dilakukan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba dan pengecap, dan juga dapat dilakukan dengan tes, kuisisioner, rekaman gambar dan rekaman suara.³⁷

³⁶ John W. Creswell, *Qualitative Inquiri & Reaserch Design*, (Printed in U.S.A, 1998) h.65

³⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*,(Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), h.128.


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.

Dalam hal ini peneliti terjun langsung dan melakukan observasi ke PT. Amanah Baitullah, untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan PT. Amanah Baitullah dalam upaya merekrut calon jama'ah haji dan umrah.

2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara, digunakan untuk menilai keadaan seseorang, misalnya untuk mencari data tentang variabel latar belakang objek, ataupun sikap terhadap sesuatu.³⁸ Dalam hal ini peneliti mewawancarai secara langsung terhadap karyawan ataupun pimpinan PT. Amanah Baitullah, untuk memperoleh data-data yang mendukung untuk penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi, dalam metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku-buku, majalah dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan lain sebagainya, dapat dilaksanakan dengan pedoman dokumentasi yang memuat garis-garis besar atau kategori yang akan dicari datanya, dan ceck list yaitu daftar variabel yang akan dikumpulkan datanya.

F. Validasi Data

Validasi data adalah untuk memperoleh keabsahan data maka diperlukannya metode. Analisa data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat dengan mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data kualitatif adalah pengujian sistematis dari suatu untuk menetapkan bagian-bagiannya, hubungan antarkajian, dan hubungannya terhadap keseluruhannya.³⁹ Dalam penelitian kualitatif peneliti harus berusaha mendapatkan data yang valid untuk itu dalam pengumpulan data peneliti perlu mengadakan

³⁸ *ibid.*, hlm.128.

³⁹ 7 Muhammad Idrus, *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jakarta: Erlangga,2009),), hlm. 101

validitas data agar data yang diperoleh tidak invalid (cacat). Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan data berdasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada 4 (empat) kriteria yang dapat digunakan, yaitu: derajat kepercayaan (*credibility*), keterahlian (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).

1. Kepercayaan (*Credibility*)

Kepercayaan merupakan teknik yang dilakukan oleh penulis untuk memberikan derajat kepercayaan akan data yang diperoleh penulis. Pada dasarnya kepercayaan data dilakukan dengan cara : (1) keikutsertaan penulis dalam objek penulisan; (2) ketekunan pengamatan dalam memperoleh data; (3) melakukan triangulasi.

2. Keteralihan (*Transferability*)

Seorang penulis hendaknya memberi gambaran secara jelas terkait latar penulisan, sehingga memberi *transferability* dengan cara memperkaya deskripsi tentang konteks dan fokus penulisan. Dengan demikian penulis bertanggung jawab untuk menyediakan data deskriptif secukupnya. Untuk keperluan itu penulis harus melakukan penulisan mendalam.

3. Kebergantungan (*Dependability*)

Kriterium kebergantungan merupakan substitusi irriabilitas dalam penulisan yang non kualitatif reabilitas ditunjukkan dengan jalan mengadakan replikasi studi. Dua atau beberapa kali pengulangan studi, jika dalam suatu kondisi yang sama, maka dikatakan reabilitasnya tercapai. Dalam hal ini penulis harus konsisten akan seluruh poses penulisan agar dapat memenuhi syarat yang berlaku dan untuk mempertanggung jawabkan semua aktivitas.

4. Kepastian (*Confirmability*)

Kriterium kepastian berasal dari konsep objektivitas, menu Pada penulisan kualitatif menetapkan objektivitas adalah kesepakatan antara subjek. Pemastian suatu data objektif atau tidak bergantung pada persetujuan beberapa orang terhadap

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.



pandangan, pendapat dan pertemuan seseorang tapi disepakati oleh beberapa orang maka barulah data tersebut dikatakan objektivitas.⁴⁰

G. Teknik Analisis Data

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan realitas yang dikaji, Penulis menelaah dan mengamati objek penelitian kemudian mendeskripsikan mengenai data yang terkumpul dengan apa adanya, dan kemudian akan disimpulkan. Setelah data dari lapangan terkumpul dan tersusun secara sistematis, maka langkah selanjutnya penulis akan menganalisa data yang di adapt tersebut.⁴¹

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kepada pola, kategori dan suatu uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema, dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Analisis data dalam hal ini adalah mengatur, mengurutkan, mengelompokan, memberikan kode dan mengkategorikannya. Analisis data kualitatif berkaitan dengan data berupa kata atau kalimat yang dihasilkan dari objek penulisan serta berkaitan dengan kejadian yang melingkupi sebuah objek penulisan. Tahapan reduksi data sampai kepada tahapan kategorisasi data. Oleh karena itu, penulis menulis analisis data dilakukan melalui tahapan: reduksi data, penyajian data dan kesimpulan atau verifikasi, untuk lebih jelasnya penulis akan menjelaskan proses analisis tersebut sebagai berikut.⁴²

1. Reduksi Data Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan kata lain reduksi data ini dilakukan oleh peneliti secara terus menerus saat melakukan penelitian untuk menghasilkan catatan-catatan inti dari data yang diperoleh dari hasil penggalan data.
2. Penyajian Data Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penerikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan

⁴⁰ Sri Barlian, *Metodologi Penulisan Kualitatif dan Kuantitatif*,), hlm. 71

⁴¹ Suharsimi dan Arikunto, *op.cit.*, hlm. 130.

⁴² Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publiing, 2015), hlm. 121.

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.

alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya terbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya. Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan.

H. Kesimpulan dan Verifikasi

Adalah tahap dalam proses analisis data. Pada bagian ini penulis mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penulisan dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penulisan tersebut.⁴³

Tahap-tahap diatas terutama tahap reduksi dan penyajian data. Tidak melulu terjadi beriringan. Akan tetapi terkadang setelah dilakukan penyajian data juga membutuhkan reduksi data lagi sebelum ditarik sebuah kesimpulan. Tahapan-tahapan diatas bagi penulis tidak termasuk kepada metode analisis data tetapi masuk kepada strategi analisis data. Karena metode sudah paten sedangkan strategi bisa diartikan dengan keluwesan penulis dalam mengguankan strategi tersebut. Dengan demikian, kebiasaan penulisan menggunakan metode analisis kualitatif menentukan kualitas analisis dan hasil penulisan kualitatif.

⁴³*ibid.*, hlm. 123.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan PT. Amanah Baitullah

PT. Amanah Baitullah Tour merupakan biro perjalanan wisata yang bergerak di bidang perjalanan ibadah umroh yang berkantor pusat di Pekanbaru Riau di jalan KH. Wahid Hasyim No BB Sumahilang. Dipilihnya nama Amanah sebagai nama perusahaan terinspirasi dari salah satu surah An-Nissa ayat 58, yaitu *Innallaha menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya*". Dengan nama itulah kami senantiasa berkomitmen untuk semaksimal mungkin memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh jamaah yang bertujuan agar seluruh jamaah Amanah Baitullah Tour dapat melaksanakan dan menjalankan ibadah di Tanah Suci dengan baik serta dapat mengamalkan serta menjaga nilai-nilai kemabruran (badah sekembalnya ke tanah air dengan Tagline "MELAYANI SEPENUH HATI"⁴⁴

Sejak berdirinya travel Amanah Baitullah Tour sudah memiliki komitmen untuk bukan hanya sekedar memberikan fasilitas terbaik dan harga yang sangat terjangkau, tetapi memberikan pelayanan, pendampingan dan bimbingan secara intensif kepada jamaah terutama bagaimana Qolbunya selalu terikat dan terkait dengan sang Khaliq dan Rasulullah Shalallahu 'alaihi wa sallam. Sehingga seluruh jamaah dapat merasakan kepuasan pelayanan dan kenikmatan dalam beribadah bersama Amanah Baitullah Tour dalam menggapai kemabruran dalam setiap amalijah yang dilaksanakan selama di Tanah Suci.

Maka, sebagai pihak penyelenggara perjalanan ibadah umrah kami selalu berusaha memberikan program dan pelayanan yang menarik untuk memudahkan umat Muslim agar dapat melaksanakan ibadah ke Tanah Suci yang disesuaikan

⁴⁴ Dokumen PT Amanah Baitullah 2022



dengan kebutuhan masyarakat, baik dari sisi waktu, fasilitas dan kemampuan daya beli masyarakat.

B. Visi Misi Perusahaan

1. Visi Perusahaan

Menjadi biro perjalanan ibadah haji, umrah dan wisata religi yang amanah, profesional dan terpercaya

2. Misi Perusahaan

Menyediakan paket Umrah yang variatif, kompetitif dan terjangkau

Memberikan pelayanan yang komprehensif, dan terintegrasi yang berorientasi kepada kepuasan jamaah

Memberikan fasilitas yang nyaman, ansan dan professional

Menyelenggarakan perjalanan wisata religi dalam dan luar negeri Inovant, Progresif dan kerja keras untuk memberikan terbaik kepada seluruh jamaah

C. LEGALITAS PERUSAHAAN

PT. Amanah Baitullah Tour memiliki izin resmi dari Pemerintah Republik Indonesia dan Asosiasi, di antaranya:

- | | |
|--------------------|--|
| 1. Izin Kemenag RI | : U.388 TAHUN 2021 |
| 2. STUP NIB | : 9120205380266 |
| TDP | : 081/03.03/DPMPTSP/VII/2019 |
| SK Kemenkum HAM | : 4019030514100674 |
| NPWP | : 90.724.064 2.211.000 |
| Domisili | : 43/KET/SH/VI/2019 |
| NO HP | : 07618049336/081276648833/ 081263604500 |

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

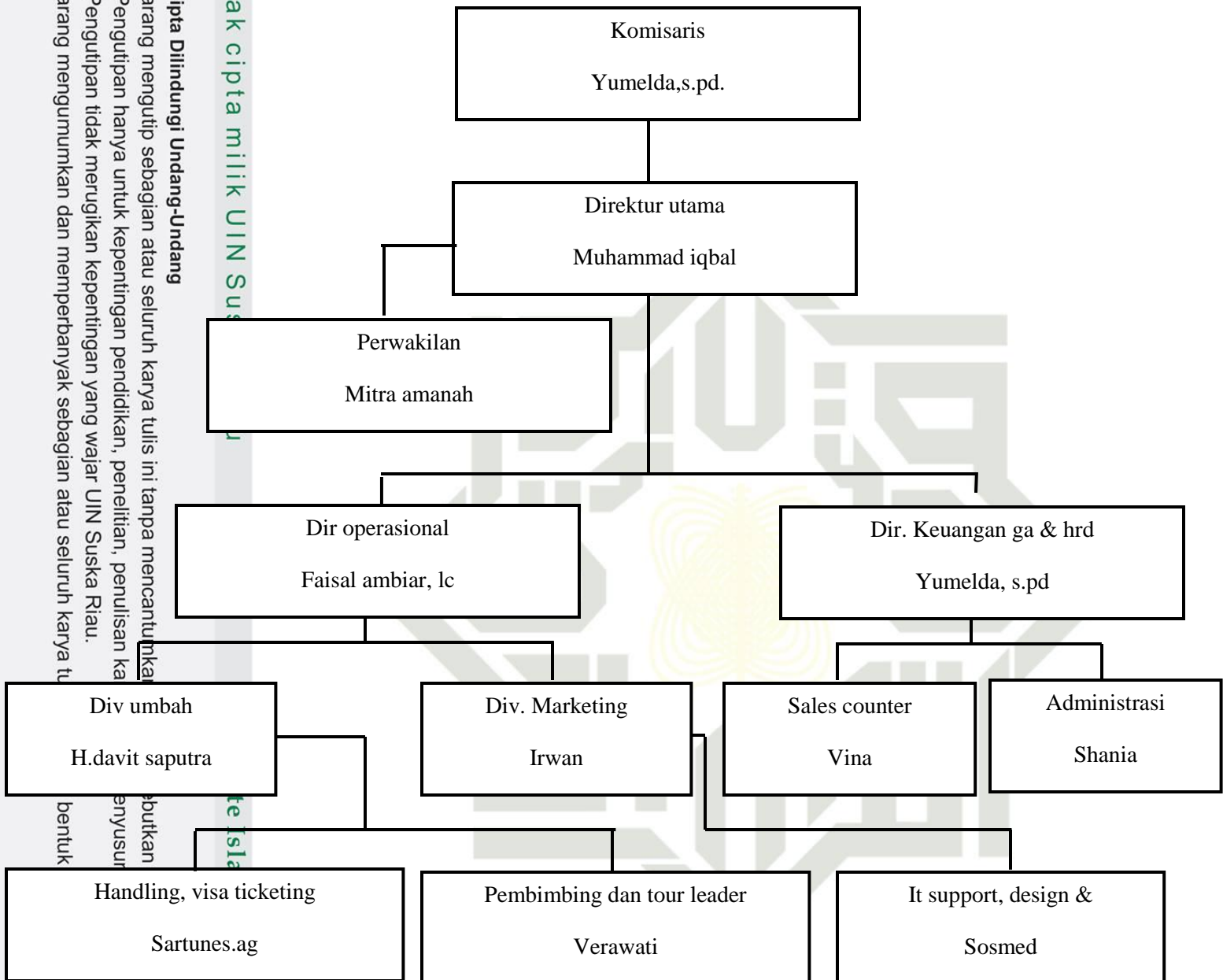
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

D. STRUKTUR ORGANISASI

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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 di luar media ini.



Dari skema diatas dapat dijelaskan bahwa ada komisaris yaitu Yumelda, S.Pd yang bertugas sebagai mengawasi semua kegiatan PT Amanah Abitullah Tour terutama yang berkaitan dengan kebijakan dan manajemen perusahaan. Selanjutnya ada direktur utama yaitu Muhammad Iqbal mengelola PT Amanah dan menyusun strategi, melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan, menentukan dan memilih staf-staf untuk kemajuan PT Amanah, selanjutnya direktur operasional yang dipegang oleh Faisal Ambiar yang bertanggung jawab pada pembuatan keputusan administrasi dan operasional PT Amanah, selanjutnya direktur keuangan yang dipimpin oleh Yumelda yang bertanggung jawab untuk perencanaan keuangan dan pencacatan serta pelaporan keuangan di PT Amanah Abitullah Tour, divisi marketing dipegang oleh Aang Sugana yang bertugas mengembangkan strategi untuk mempromosikan produk dan memuaskan keinginan pelanggan, selanjutnya posisi jabatan Sales counter yang dipegang oleh Vina yang bertugas berinteraksi langsung dan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan untuk menarik minat pelanggan untuk menggunakan travel PT amanah Tour. Administrasi yang dipegang oleh Shania yang berurusan dengan surat menyurat, catat mencatat, ketik mengetik, pembukuan serta yang bersifat ketatausahaan dan pembimbing tour leader dipegang oleh Verawati yang bertugas memimpin grup dalam perjalanan dengan jamaah dan mmeberikan informasi saat perjalanan bersama jamaah.

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.





E. Program layanan perusahaan

Dalam rangka memberikan pelayanan dengan harga dan fasilitas terbaik, PT. Amanah Abitullah Tour memiliki beberapa program layanan ibadah umrah sebagai berikut.⁴⁵

1. Umrah Promo

Umroh Promo merupakan program layanan ibadah umrah selama 11 hari (PP) dengan biaya yang sangat terjangkau dan fasilitas terbaik bagi calon jamaah. Untuk program ini jamaah akan berada di kota Madinah selama 4 malam dan Makkah selama 5 malam dengan penerbangan langsung ke kota Madinah dan kepulangan melalui kota Jeddah

2. Umrah Plus Ziarah

Umrah Plus Ziarah merupakan program layanan ibadah umrah reguler dengan penambahan ziarah ke Negara lain, seperti Mesir, Turki, Masjidil Aqsa dengan durasi waktu selama 12 hari (PP)

3. Umrah Reguler

Umroh Reguler merupakan program layanan ibadah umrah selama 12-15 hari (PP) dengan fasilitas dan jarak hotel yang sangat berdekatan dengan Masjidil Haram dan Masjid Nabawi bagi calon jamaah. Untuk program ini jamaah akan berada di kota Madinah selama 4 malam dan Makkah selama 6 malam (optional) dengan penerbangan langsung ke kota Madinah dan kepulangan melalui kota Jeddah

4. Umrah Ramadhan

Umroh Ramadhan merupakan program layanan ibadah umrah yang sangat istimewa untuk para tamu Allah yang memiliki keutamaan yaitu senilai dengan melaksanakan ibadah Haji bersama Rasulullah shalallahu 'alaihi wassalam. Selain itu keutamaan melaksanakan umrah di bulan Ramadhan dapat melaksanakan Itikaf di Tanah Suci, melaksanakan shalat tarawih dan qiyamul lail. Untuk itu, PT Amanah

⁴⁵*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.

Baitullah menyediakan beberapa paket layanan yang disesuaikan dengan kemampuan jamaah, berupa program:

- a. Program Umrah Awal Ramadhan (15 Hari PP) Program Umrah Akhir Ramadhan (15 Hari PP).
- b. Program I'tikaf Ramadhan (30 Hari PP)
- c. Program Full Ramadhan (30 Hari PP)
5. Program Haji Plus

Selain menyediakan layanan ibadah umrah, PT. Amanah Baitullah Tour juga melayani program Haji Plus tanpa perlu menunggu kuota pemerintah untuk berangkat Haji yang menjadi menjadi solusi bagi para jamaah yang ingin melaksanakan ibadah haji dengan setoran awal \$.5000 dan pelunasan ditentukan pada tahun keberangkatan.

6. Program Wisata Muslim

PT. Amanah Baitullah Tour juga menyediakan program layanan perjalanan wisata muslim ke beberapa Negara pilihan (Turki, Uzbekistan, Palestina/ Aqsa, Maroko, Eropa) yang dapat memberikan pengalaman liburan yang lebih unik dan beragam untuk Anda semua.

7. Program Pembiayaan Umrah

PT. Amanah Baitullah Tour melakukan kerjasama dengan Amitra Finance Syariah dan BSI untuk melayani pembiayaan syariah bagi jamaah yang berkenan untuk melaksanakan ibadah umrah dengan cara mengangsur tanpa ada kelebihan biaya dengan akad murabahah. Pembiayaan umroh merupakan kewenangan sepenuhnya pihak pihak amitra finance syariah untuk menyetujui memberikan pembiayaan kepada calon jamaah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



BAB VI

PENUTUP

A Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan tentang Strategi Pemasaran PT. Amanah Baitullah dalam Merekrut Calon Jema'ah Haji dan Umrah, dapat disimpulkan bahwa PT. Amanah Baitullah menerapkan strategi Pemasaran melalui melalui konsep penjualan, PT Amanah Baitullah Tour menggunakan strategi promosi offline dan online, seperti kunjungan langsung ke majelis taklim, pendekatan kepada pemuka agama dan tokoh masyarakat, serta berbagi informasi melalui media sosial, melalui konsep pemasaran, PT Amanah Baitullah Tour tidak hanya memberikan informasi terus-menerus tentang ibadah haji dan umroh kepada calon jamaah, tetapi juga menjaga interaksi dan silaturahmi dengan jamaah yang telah mengikuti program ibadah umroh mereka. Dengan ini, mereka berharap mendapatkan feedback yang berguna dan menciptakan kepuasan jamaah, yang dapat menjadi rekomendasi positif bagi calon jamaah lainnya dan melalui konsep produksi, PT Amanah Baitullah Tour berusaha meningkatkan pemahaman calon jamaah tentang keutamaan ibadah haji melalui forum yang efektif dan memberikan pemahaman yang jelas tentang pertimbangan teknis dalam memilih program layanan ibadah sesuai keinginan calon jamaah.

B Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan kepada PT. Amanah Baitullah dalam menarik minat calon jamaah haji dan umrah, yaitu diharapkan juga kepada seluruh elemen PT. Amanah Baitullah dapat terus memaksimalkan berbagai strategi pemasaran yang telah diterapkan dan juga dilakukan inovasi baru dalam melakukan pemasaran jasa dan layanan ibadah haji dan umrah bertujuan agar dapat meningkatkan jumlah calon jamaah haji dan umrah yang menggunakan jasa PT. Amanah Baitullah dan sering melakukan kegiatan promosi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Zasri Muhammad. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen*. Pekanbaru: Suska Press.
- Dyah Ramadani. (2020). *Strategi pemasaran PT. Amanah Travel Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Di Kota Pekanbaru*. UIN Suska Riau <http://repository.uin-suskariau.ac.id>.
- Eni, Barlian. (2011). *Metodologi Penulisan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: rajawali Pers.
- Intan septia. (2021). *Strategi Pemasaran*. Diakses tanggal 24 Desember 2021 dari: <http://www.midas-solusi.com/knowledge-space,en,detail,33,strategi-pemasaran>.
- Kholilulrohman. (2017). Strategi Marketing Haji dan Umarh Dalam Merekrut Jama'ah. *Jurnal Al-Balagh*, Vol 2 No 2
- Klotler dan Amstrong. (2016). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lilis Wahidatul Fajriyah. (2018). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Tahu Baxo Ibu Pudji Unggaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi UIN Walisongo Semarang. <http://repositor.uin-semarang.ac.id>.
- Muhammad, Ablah. (2009). *Induk Haji dan Umrah Untuk Wanita*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Muhammad, Idrus. (2009). *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Erlangga.
- Mulyadi, Nitisusastro. (2013). *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta.
- Neong, Muhadjir. (1996). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Rake Sarasih
- Philip, Kotler dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pusat Bahasa Departement Pendidikan Nasional RI. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi Ketiga. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sandu, Siyoto. (2006). *Dasar Metodologi Penelitian*.Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sofian, Assauri. (2016). *Strategic Management*. Jakarta:Rajawali Pers.



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.

- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi, (Mixed Methodos)*. Bandung: Alfabeta.
- Sharsimi dan Arikunto. (2015). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sharsimi, Arikunto. (2004). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Tata, Sukayat. (2016). *Manajemen Haji, Umrah, Dan Wisata Agama*. Bandung. Simbiosia Rekatama Media.
- Tin Sundari. (2021) *Analisis strategi Pemasaran Haji dan Umrah Dalam Meningkatkan Jumlah Jama'ah Pada Albalad Alameen Tours dalam Travel Kota Jambi*. Skripsi UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi. <http://repository.uin-jambi.ac.id>.
- Uswatun khasana. (2019). Strategi pemasaran PT silver silk pekanbaru dalam upaya merekrut calon Jemaah haji plus dan umrah. Skripsi UIN Suska Riau. <http://repositort.uin-suskariau.ac.id>
- William J. Stanton. (1991). *Prinsip Pemasaran*, Diakses tanggal 24 Desember 2021 dari: <http://www.midassolusi.com/knowledge-space,en,detail,33,strategi-pemasaran>, Jakarta: Erlangga

DOKUMENTASI

© Ha

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.



Sultan Syarif Kasim Riau