



NOMOR SKRIPSI
6303/MD-D/SD-S1/2024

**STRATEGI PENGELOLA PT. AMANAH TRAVEL DALAM
MENARIK MINAT CALON JAMA'AH HAJI PLUS
DI PEKANBARU**



SKRIPSI

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

Oleh :

DEDI NASUTION
NIM. 11840412670

**PROGRAM STARTA I (S1)
PROGRAM MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOM UNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2023**

- 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.



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 MUNAQSAH

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

Nama : Dedi Nasution
NIM : 118404127670
Judul : Strategi Pengelola PT. AMANAH TRAVEL Dalam Menarik Minat Calon Jamaah Haji Plus Di Pekanbaru.

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

Hari : Selasa
Tanggal : 26 September 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) program studi Management Traveling Haji Umroh di fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 03 Januari 2024

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA., Ph.D
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim penguji

Ketua/Penguji I

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

Penguji III

Perdamaian, Hsb, S.Ag., M.A
NIP. 19621124 199603 1 001

Sekretaris/Penguji II

Muhlasin, S.Ag., M.Pd.I
NIP. 19680513 200501 1 009

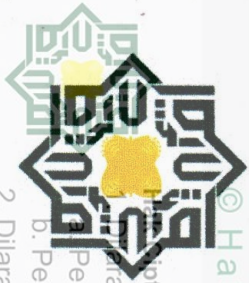
Penguji IV

Zulkarnaini, S.Ag., M.Ag
NIP. 19710212 200312 1 002

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

kota Diindungi Undang-Undang yang mengutip sebagian atau seluruh 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.

Hak cipta dan hak milik UIN Suska Riau Sultan Syarif Kasim 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 : Dedi Nasution
 Nim : 11840412670
 Program Studi : Manajemen Dakwah
 Judul Skripsi : Strategi Pengelola PT. Amanah Travel Dalam Menarik Minat Calon Jama'ah Haji Plus di Pekanbaru

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

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

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

Pekanbaru, 25 Agustus 2023
 Pembimbing,

Muhlasin, S.Ag., M.Pd.i.
 NIP. 19680813 200501 1 009

Mengetahui
 Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

Khairuddin, M. Ag
 NIP. 197208 17200910 1 002

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

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

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Unggah atau sebarkan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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 :Dedi Nasution
 NIM :11840412670
 Program Studi :Manajemen Dakwah
 Judul Skripsi :Strategi Pengelola PT. Amanah Travel Dalam Menarik Minat Calon Jama'ah Haji Plus di Pekanbaru

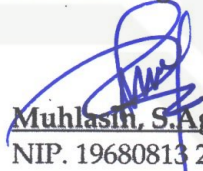
Kami berpendapat bahwa mahasiswa tersebut dapat mengikuti Ujian sebagai salah satu syarat untuk mengikuti Ujian Munaqasyah.

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

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

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pekanbaru, 25,September 2022
 Pembimbing,


Muhlasin, S.Ag., M.Pd.i.
 NIP. 19680813 200501 1 009

Mengetahui
 Ketua Program Studi Manajemen Dakwah


Khairuddin, M. Ag
 NIP. 197208 17200910 1 002



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dedi Nasution

Nim : 11840412670

Tempat/ tanggal lahir : Tangun. 05 Januari 1998

Jurusan : Manajemen Dakwah

Judul Skripsi : Strategi Pengelola PT. Amanah Travel Dalam Menarik Minat
Calon Jama'ah Haji Plus di Pekanbaru

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

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

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

Pekanbaru, 28 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Dedi Nasution

Nim : 11840412670

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



ABSTRAK

Nama : Dedi Nasution
Nim : 11840412670
Judul : Strategi Pengelola PT.Amanah Travel dalam Menarik Minat Calon Jama'ah Haji Plus di Pekanbaru.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Banyaknya usaha dibidang travel yang Merekrut Calon jamaah Haji dan Umrah untuk persaingan bisnisnya. Ditambah lagi sekarang memerlukan waktu tunggu yang cukup lama hingga 11 tahun sampai 47 tahun. Masa tunggu tersebut berbeda-beda tergantung dengan daerah di mana calon jamaah haji mendaftar. Permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Pengelola PT. Amanah Travel Indonesia dalam menarik Minat Calon Jamaah Haji Plus di Pekanbaru” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Pengelola PT Amanah dalam Menarik Minat Calon Jamaah Haji Plus di Pekanbaru. Jenis penelitian ini adalah Kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini dilakukan di PT. Amanah Travel Kota Pekanbaru. Informan dalam penelitian ini berjumlah tiga (3) orang. Teknik Pengumpulan Data dilakukan melalui Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa Strategi Pengelola PT. Amanah Travel dalam meningkatkan jumlah Jamaah Haji Plus di Kota Pekanbaru terdapat Empat (4) indikator: Pertama, Strategi Program, yaitu dengan memiliki pertimbangan dan tahapan dalam pembentukan paket ibadah Haji Plus Dengan memberikan discount apabila berangkat bersama suami atau keluarga. Kedua, Strategi Pemasaran, yaitu mempromosikan dengan harga yang sesuai dengan fasilitas yang didapatkan. Ketiga, Strategi Pelayanan, yaitu dengan membentuk tim-tim dan jadwal kegiatan dan Pelayanan yang baik sesuai dengan keinginan jamaah dan mampu memberikan kepercayaan kepada jamaah. Keempat, Strategi Kerja Sama, yaitu adanya kerja sama dengan perusahaan lain yaitu dengan membuka cabang-cabang di berbagai daerah dan menjadi lebih mudah pihak travel dalam Merengkrut Jamaah umrah terkhusus Haji Plus Yg selama ini berjalan.

Kata Kunci : Strategi, Pengelola, Jama'ah Haji Plus

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

ABSTRACT

Name : Dedi Nasution
Name : 11840412670
Title : Management Strategy PT. Amanah Travel In Attracting the Interest of Prospective Haji Plus in Pekanbaru

This research is motivated by the large number of businesses in the travel sector that recruit prospective Hajj and Umrah pilgrims for business competition. What's more, now it requires a long waiting time of up to eleven years to forty-seven years. The waiting period varies depending on the area where the prospective Hajj pilgrims register. The problem in this research is how the Management Strategy of PT. Amanah Travel Indonesia in attracting the interest of prospective Hajj pilgrims plus in Pekanbaru" The aim of this research is to find out the strategy of PT Amanah management in attracting the interest of prospective Hajj Plus pilgrims in Pekanbaru. This research is a qualitative study with a descriptive approach. This research was conducted at PT. Amanah Travel Pekanbaru City. There are three (3) informants in this study. Data were collected from observation, interviews and documentation. Based on the data analysis, it is concluded that the management strategy of PT. Amanah Travel in increasing the number of Umrah pilgrims in Pekanbaru City has four (4) indicators: The first is the Program Strategy, namely having considerations and stages in forming the Hajj Plus package by giving a discount if you go with your husband or family. Second, Marketing Strategy, namely promoting at prices appropriate to the facilities obtained. Third, Service Strategy, namely by forming teams and schedules of activities and services that are good in accordance with the wishes of the congregation and are able to give confidence to the congregation. Fourth, Collaboration Strategy, namely collaboration with other companies, namely by opening branches in various regions and making it easier for travel parties to recruit Umrah pilgrims, especially Haji Plus which has been running so far.

Keywords : Strategy, Manager, Haji Plus



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



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 PENGELOLA PT. AMANAH TRAVEL DALAM MENARIK MINAT CALON JAMA’AH HAJI PLUS DI PEKANBARU**”. 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 Ayah tercinta Hasanuddin Nasution dan Ibu tercinta Asnah Lubis 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. Ibunda Tercinta Asnah Lubis dan Ayahanda Tersayang Hasanuddin Nasution, serta Adik-Adik saya Midun Nasution, Osama Nasution, Dikki Nasution, Sutan Nalobi Nasution, Anisah Nasution. Terimakasih kepada teman teman seperjuangan saya yang selalu bisa di andalkan apabila dimintai pertolongan demi selesainya skripsi ini



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Terimakasih kepada Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag yang telah member kesempatan penulis untuk menimba Ilmu di Universitas ini.
3. Terimakasih kepada Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Terimakasih kepada bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd selaku Wakil Rektor II Univesitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Terimakasih kepada bapak Prof Edi Erwan, S.Pt, M.Sc, Ph.D selaku Wakil rector III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
6. Terimakasih kepada bapak dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau bapak Imron Rosidi, S.pd, M.A, Ph.D, wakil dekan I Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Wakil dekan II bapak Dr. Toni Hartono, M.Si, Wakil dekan III bapak Dr. H. Arwan, M.Ag.
7. Terimakasih kepada ketua Prodi Manajemen Dakwah bapak Khairuddin, M.Ag, Sekretaris Prodi Manajemen Dakwah bapak Muhlasin, S.Ag, M.pd.I
8. Terimakasih kepada Penasehat Akademik saya bapak Perdamaian, S. Ag., M.Ag yang telah memberikan Motivasi dan dukungan kepada saya.
9. Terimakasih kepada Dosen Pembimbing saya bapak Muhlasin, S.Ag. M.Pd.I yang telah memberi semangat dan motivasinya kepada saya hingga skripsi ini selesai.
10. Terimakasih kepada seluruh Bapak/Ibu dosen yang telah memberikan Ilmu pengetahuan kepada saya hingga dapat menyelesaikan studi saya di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
11. Terimakasih kepada Karyawan/ti Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif kasim Riau yang telah memberikan pelayanan terbaik kepada mahasiswa dan memberi kemudahan dalam administrasi.



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.

12. Terimakasih kepada rekan saya, Mhd. Rinaldi S.sos, Yoga Fadila Situmorang S.Sos, Andri Yahya yang telah bersama sama membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Terimakasih kepada rekan rekan keluarga seiman dan semua pihak yang telah turut membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

14. Tidak lupa pula saya ingin berterimakasih kepada diri saya yang telah kuat berjuang melewati masa masa kuliah, atas kurangnya tidur dalam berjuang, atas kerja keras yang saya lakukan selama ini.

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, 26 Agustus 2023
Penulis,

DEDI NASUTION
NIM. 11840412670

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah	3
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Kajian Terdahulu.....	6
B. Landasan Teori.....	7
C. Kerangka Pikir.....	41
BAB III METDOLOGI PENELITIAN	43
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	43
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44
C. Sumber Data.....	44
D. Informan Penelitian	45
E. Teknik Pengumpulan Data	45
F. Validasi data.....	46
G. Teknis Analisis Data	48
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	50
A. Sejarah PT.Amanah Travel	50
B. Visi dan Misi PT. Amanah Travel Indonesia.....	51
C. Logo PT. Amanah Travel.....	51
D. Keunggulan PT. Amanah Travel.....	51



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan 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. Legalitas PT. Amanah Travel	52
F. Tujuan PT. Amanah Travel.....	53
G. Struktur Organisasi PT.Amanah Travel	54
H. Sarana dan Prasarana PT.Amanah Travel	55
I. Prasarana PT.Amanah Travel.....	57
J. Strategi PT.Amanah Travel	58
K. Pelayanan atau Jasa Yang di Tawarkan PT. Amanah Travel..	59
BAB V HASIL PENELITIAN	61
A. Hasil Penelitian	61
B. Pembahasan	68
BAB VI PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pikir	42
Gambar 4.1	Logo PT. Amanah Travel	51
Gambar 4.2	Struktur Organisasi PT.Amanah Travel	54



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



BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu ibadah yang menjadikan umat Islam saat ini gencar untuk bisa melaksanakannya karena pahala yang besar, keadaan, tempat dan waktu yang mudah diterimanya hajat-hajatnya adalah ibadah haji.¹

Banyaknya usaha dibidang travel yang merekrut calon jamaah haji dan umrah untuk persaingan bisnisnya. Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya merupakan muslim, dengan persentasinya sekitar 85% dari total keseluruhan penduduk yang ada. Umat islam memiliki dasar-dasar yang harus dikerjakan oleh seluruh umat islam yakni ibadah haji dan umrah. Namun, yang dapat kita ketahui bahwa ibadah haji sekarang memerlukan waktu tunggu yang cukup lama hingga 33 tahun, ditambah lagi dengan adanya Covid-19 maka, waktu tunggu semakin lama. Sehingga orang-orang lebih memilih untuk melaksanakan ibadah haji plus dan umrah terlebih dahulu karena seperti yang kita ketahui bahwa salah satu keyakinan sugestif masyarakat adalah “umur tidak berbaur”. Mereka melaksanakan ibadah umrah dan haji plus berkunjung ke tanah suci dan melaksanakan ibadah tersebut.

Dalam Al-Quran dinyatakan bahwa ibadah haji wajib atas setiap muslim yang mampu, yakni memiliki bekal sehat jasmani dan rohani. “mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu bagi orang-orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke baitullah. Barang siapa mengingkari (kewajiban haji) maka sesungguhnya Allah mahakaya tidak memerlukan sesuatu) dari alam semesta “. (Q.S ALI Imran {2} :97)²

فِيهِ آيَةٌ بَيِّنَةٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ هَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ أَمِنًا ۗ وَرَبُّهُ عَلَى النَّاسِ جِبُّ الْبَيْتِ مَنْ
اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۗ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

¹ Nogarsyah Metode, *Haji dan Umrah*, (Jakarta: Pustaka Ainun, 2009), hal.83

² Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya*, (Jakarta: Indiva Media Kreasi, 2009), hal.62



Artinya : padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim. Barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, Yaitu (bagi) orang yang sanggup Mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji) , Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.

Ibadah haji mempunyai dua sisi yang harus diperhatikan dalam pelaksanaannya yaitu, standar pelaksanaannya saat masih di tanah air dan di makkah. Pada standar pelayanan di tanah air banyak aspek penting yang harus diperhatikan pembinaannya seperti dalam pelayanan jasa (pengurusan dan pemeriksaan dokumen haji dan umrah) bimbingan manasik (materi bimbingan, metode dan waktu bimbingan) , penyediaan perlengkapan, dan konsultasi keagamaan. Sedangkan standar pelayanan ibadah haji ditanah suci adalah pelayanan akomodasi, transportasi, konsumsi, kesehatan, serta bimbingan ibadah haji.

Untuk melaksanakan ibadah haji itu harus menempuh perjalanan yang sangat jauh dari tempat berasalnya masing-masing. Dalam perjalanan ini tidak mungkin setiap orang bisa atau mampu melakukan perjalanan ibadah haji dengan sendiri (secara individu) , ia membutuhkan pemandu dan pembimbing untuk mempermudah perjalanan ibadahnya, dimana hal ini tidak lepas dari pelayanan ibadah umrah atau yang di sebut dengan penyelenggara perjalanan ibadah haji .

Sebagai mahasiswa manajemen dakwah penulis mengenal sebuah istilah strategi. Strategi itu sendiri berperan sebagai jembatan dari suksesnya suatu bisnis yang akan dijalankan dan mempermudah proses pencapaian target, baik di bidang menarik minat calon jamaah haji, baik di bidang pelayanan, penyuluhan dan bimbingan, manasik dan sebagainya, sehingga apa yang menjadi cita-cita para jamaah haji dan travel dalam menunaikan ibadah haji, bisa diperoleh secara sempurna dan memuaskan.

Untuk membangun keunggulan suatu perusahaan perlu melakukan pemahaman strategi dan peran starategi dalam peningkatan kualitas perusahaan secara berkelanjutan. Pemahaman starategi yang dimaksud tersebut adalah bagaimana perusahaan akan menjalankan usahanya dengan baik, memperhatikan

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.



peluang dan ancaman yang ada.³ **PT . Amanah Travel Indonesia Kota Pekanbaru** merupakan salah satu biro perjalanan haji yang akan memberikan pelayanan terpadu baik dalam penyelenggaraan perjalanan haji maupun dalam bentuk pelayanan lainnya, dengan memberikan layanan perjalanan ibadah berdasarkan tuntunan al quran dan al-sunnah serta meningkatkan wawasan islamiah para jamaah.

Berdasarkan paparan diatas tentang PT , Amanah Travel Kota Pekanbaru, maka penulis akan menjelaskan dalam sebuah karya tulis ilmiah “Skripsi” dengan judul “ **Strategi Pengelola PT. Amanah Travel Indonesia Dalam Menarik Minat Calon Jamaah Haji Plus di Pekanbaru**” untuk mengetahui bagaimana starategi dalam menarik minat calon jamaah haji plus tersebut berjalan dengan baik, apakah mampu meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pada jamaah.

B. Penegasan istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman tentang pengertian istilah yang dipakai di dalam penelitian inim, maka penulis memberikan penegasan istilah pada kata-kata kunci yang terdapat dalam judul skripsi yaitu :

“**Strategi Pengelola PT. Amanah Travel Indonesia Dalam Menarik Minat Calon Jamaah Haji Plus di Pekanbaru**”

1. Strategi itu serangkaian keputusan dan tindakan untuk mencapai suatu maksud dalam pencapaian tujuan organisasi..⁴

Istilah starategi” dirumuskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, serta kepada siapa saja hal-hal tersebut perlu dikomunikasikan, dan juga perlu dipahami mengapa hasil kinerja tersebut perlu dinilai.

³ Husein Umar, *Strategi Managemen In Action Konsep, Teori, Dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategis Business Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Poeter Fread R. David dan Wheeln Hunger*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), hal.25

⁴ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Bandung: Erlangga, 2012), hal.64

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Minat yaitu sikap yang beraneka ragam yang diperoleh dari pengalaman secara bertahap dan berkelanjutan yang relatif permanen. Minat yang penulis maksud yaitu menarik minat calon jamaah haji.
3. Jamaah haji merupakan perkumpulan atau perhimpunan kaum muslimin; yang mendatangi ka'bah untuk mengadakan amalan-amalan tertentu dengan niat ibadah seperti jamaah masjid, jamaah jumat, jamaah majlis taklim, jamaah haji, dan lainnya. Makna lainnya persaudaraan (ukhuwwah) antar sesama muslim sebagai sesama saudara seagama.⁵

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka penulis merumuskan permasalahan yaitu bagaimana “Strategi Pengelola PT. Amanah Travel Menarik Minat Calon Jamaah Haji Plus?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Pengelola yang dilakukan PT. Amanah Travel Indonesia Dalam Menarik Minat Calon Jamaah Haji Plus.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Akademis

- 1) penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang strategi dalam menarik minat calon jamaah PT. Amanah Travel Indonesia di kota Pekanbaru.
- 2) Penelitian ini juga berguna untuk tambahan rujukan bagi perusahaan yang menyediakan jasa tour haji dan umrah dalam menarik minat calon jamaah haji .

b. Kegunaan Praktis

- 1) Sebagai bahan masukan bagi mahasiswa atau peneliti berikutnya yang membutuhkan penelitian ini.

⁵ Didin Hafiduddin, *The Power Of Optimism*, (Jakarta: Pustaka Al-Kausar, 2013), hal.80



- 2) sebagai syarat menyelesaikan perkuliahan pada program sarjana strata satu (S1) dan untuk memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos) jurusan manajemen dakwah fakultas dakwah dan komunikasi universitas islam negeri syultan syarif kasim riau.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami serta menelaah penelitian ini, maka penulis sendiri menyusun laporan dalam 6 (enam) bab:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, tujuan dan kegunaan dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

Bab ini berisikan tentang kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka berpikir

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informasi penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data, teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM (subjek penelitian)

Berisikan tentang sejarah kantor PT. Amanah Travel, visi dan misi, dan struktur organisasi kantor pt. Amanah Travel

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang menganalisa tentang PT. Amanah Travel Indonesia dan melakukan peningkatan dalam menarik minat calon jamaah haji.

BAB VI : PENUTUP

Dalam bab penutup ini berisikan tentang kesimpulan dan saran-saran, daftar pustaka, lampiran, biografi.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-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 BERPIKIR

A. Kajian Terdahulu

1. Penelitian yang berjudul “Strategi Manajemen Dalam Peningkatan Pelayanan Dan Kepercayaan Jamaah Haji dan Umrah (Study Pada PT. Zakiah Dina Tayyibah Tour dan Travel Kota Parepare) ”, oleh saudari Irmayani jurusan Manajemen Dakwah pada tahun 2005 Dimana pada tulisannya, beliau membahas dan memfokuskan mengenai strategi manajemen untuk meningkatkan pelayanan dan kepercayaan jamaahnya.

Berbeda dari penelitian ini , penelitian yang penulis buat, membahas tentang bagaimana strategi yang dilakukan oleh PT. cahaya hati wisata religi dalam meningkatkan kualitas pelayanan jamaahnya. Sehingga mampu menjadi contoh untuk biro penyelenggaraan perjalan haji dan umroh lainnya.

2. Penelitian yang berjudul “Perencanaan Peningkatan Pelayanan Jamaah Haji dan Umrah Pada Travel an Cipta Wisata Cabang Riau Pekanbaru”, oleh saudari Rodiatul Adawiyah Harahap, jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2008. Pada tulisannya beliu membahas dan memfokuskan pada Perencanaan Peningkatan pelayanan Jamaahnya. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rodiatul Adawiyah Harahap tersebut, selain dari objek yang berbeda, penelitian yang penulis buat ini, membahas tentang bagaimana strategi PT. cahaya hati wisata religi dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada jamaahnya.
3. Penelitian yang berjudul, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study pada jamaah umroh kelompok bimbingan ibadah haji KBIH Hasunah Tour Yogyakarta)”, oleh saudari Risalatul Azizah, jurusan manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. pada tahun 2006, pada tulisannya beliau membahas dan memfokuskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jamaah umroh kelompok bimbingan ibadah haji dan umroh.

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Risalatul Azizah tersebut, selain obeknya yang berbeda, penelitian yang penulis buat ini, membahas tentang bagaimana PT. Cahaya Hati Wisata Religi Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan terhadap jamaah haji dan umroh.
4. Aceng Ahmad Fahluroji, “Strategi Pemasaran Program Umrah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jama’ah pada ESQ Tour dan Travel 165”, Jakarta 2015. Skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran pada perusahaan secara umum serta melakukan perbandingan untuk mengetahui apakah prosedural strategi pemasaran yang digunakan oleh ESQ Tour and Travel mengikuti teori atau memiliki strategi pemasaran sendiri dan juga menjelaskan mengenai perkembangan jumlah jamaah umrah.130 Berbeda penelitian yang dilakukan oleh Aceng Ahmad Fahluroji, penelitian penulis membahas tentang strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Amanah Travel dalam memasarkan paket umrahnya. Persamaan keduanya adalah sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran travel umrah.
 5. Balqis, “Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah (PT. Diyo-Siba Tours & Trabel dan PT. Alkhalid Jaya Mega Tours & Travel) ”, Jakarta 2008. Skripsi ini membahas bahwa di dalam perusahaan biro perjalanan umrah yang menjalankan aktivitas usahanya, memerlukan strategi pemasaran yang pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran dari produk yang dihasilkan tersebut dapat tercapai dan yang perlu dilihat adalah bagaimana strategi produk jasanya, strategi penetapan harganya, strategi promosinya dan strategi distribusinya

B. Landasan Teori

Untuk mengetahui strategi PT. Amanah Travel dalam Menarik Minat Calon Jamaah Haji dan Umrah, maka terlebih dahulu di uraikan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian , yaitu sebagai berikut:

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

1. Strategi

a. Pengertian strategi

Secara umum istilah strategi mempunyai pengertian sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Istilah strategi (strategi) berasal dari kata benda dan kata kerja dalam bahasa Yunani. Sebagai kata benda, *strategos*, merupakan gabungan kata *stratos* (militer) dengan *ago* (memimpin). Istilah strategi pertama kali dipakai kalangan militer dan diartikan sebagai seni dalam merancang (operasi) peperangan, terutama yang erat kaitannya dengan gerakan pasukan navigasi dalam menyiasati perang yang di pandang paling menguntungkan untuk memperoleh kemenangan.⁶

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang. Hal ini dapat ditunjukkan oleh adanya perbedaan konsep mengenai strategi 30 tahun terakhir. Untuk jelasnya, kita bisa melihat perkembangan tersebut berikut ini di dalam buku analisis SWOT teknis membedah kasus bisnis, rangkuti mengutip pendapat dari beberapa ahli mengenai strategi, diantaranya:

- 1) Chandler (1962) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.
- 2) Learned, Chittenden, Andrews, dan Guth (1965) strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak.
- 3) Argyis, Mintzberg dan Miller: strategi merupakan respon secara terus menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi.⁷

⁶ Pupu Seful Rahmat, *Strategi Belajar Mengajar*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019), hal.2

⁷ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2016), hal.3



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.

Kemudian menurut H. hisyam alie, untuk mencapai strategi yang tepat maka harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut :⁸

- 1) *Strenght* (kekuatan) , yakni memperhitungkan kekuatan yang dimiliki yang biasanya menyangkut manusianya, dananya, dan beberapa elemen lain
- 2) *Weakness* (kelemahan) , yakni memperhitungkan kelemahan-kelemahan yang dimilikinya, yang menyangkut aspek-aspek sebagaimana dimiliki kekuatan.
- 3) *Opportunity* (peluang) , yakni seberapa besar peluang yang mungkin tersedia diluar, hingga peluang yang sangat kecil sekalipun diterobos.
- 4) *Threats* (ancaman) , yakni memperhitungkan kemungkinan adanya ancaman dari luar.

Strategi dan perencanaan yang baik adalah kunci dari keberhasilan pemasaran, perencanaan, dalam strategi harus menghasilkan sesuatu yang fleksibel dalam keperluan penempatan tujuan pemasaran itu sendiri.

Tujuan peencanaan strategi adalah agar perusahaan dapat melihat secara obyktif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan dilingkungan eksternal.

Strategi menurut penulis adalah suatu proses berpikir untuk menganalisa terhadap lingkungan internal maupun eksternal suatu perusahaan maupun organisasi untuk waktu jangka panjang. Sehingga dapat menganalisa langkah-langkah atau rentetan tindakan yang sistematis dan efisien yang akan dilakukan. Misalnya perusahaan angkutan umum (taxi) , produk jasanya adalah angkutan, sesuatu yang tidak berwujud, namun konsumen mengenal melalui berbagai unsur nyata yang menjadi satu kesatuan, termasuk benda-benda yang berwujud seperti hiasan mobil, bangku serta pakaian seragam petugas. Oleh karena itu, dengan merancang strategi terlebih dahulu, perusahaan diharapkan dapat menyesuaikan

⁸ Rafiuddin dan Maman Abdul Djaelani, *Prinsip-prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2005), hal.76

dengan kondisi yang ada dilapangan serta langkah-langkah kongkrit apa yang akan diambil untuk dilaksanakan.⁹

b. Fungsi Strategi

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

1. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
2. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
3. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan atau kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
4. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih baik banyak dari yang digunakan sekarang.
5. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan.
6. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru di hadapi sepanjang waktu.¹⁰

c. Komponen-Komponen Strategi

Mengenai komponen-komponen atau unsur-unsur dari strategi dapatlah kiranya dinyatakan bahwa suatu perusahaan harus mempunyai unsur-unsur penting sebagai berikut :

1. Arena, yaitu dimana perusahaan selalu aktif dalam menjalankan aktivitasnya, yang merupakan area dimana perusahaan beroperasi seperti inti atau core teknologi dan pencipta nilai.
2. Sarana kendaraan, yang digunakan untuk dapat mencapai dan menjangkau sasaran, seperti dengan adanya sarana yang lengkap dapat memberikan kelancaran dalam proses jalannya suatu pelayanan yang akan diberikan

⁹ *Ibid*, hal.76

¹⁰ Jajuk Herawati dan Sunarto, *Msdm Strategik*, (Yogyakarta: Amus, 2004), hal.24



3. Unsur pembeda, yang bersifat spesifik dari strategi yang ditetapkan sehingga perusahaan dapat memiliki keunggulan kompetitive, seperti memiliki citra yang baik, dan memiliki pelayanan yang berkualitas sehingga calon jamaah haji dan umrah minat bergabung dalam suatu perusahaan tersebut seperti di perusahaan PT. Amanah Travel Kota Pekanbaru.

Strategi yang di bangun dan di susun secara baik berikut komponenya diantaranya: pengidentifikasi keunggulan bersaing yang berkelanjutan, dengan menetapkan strategi yang mempesifikasikan bagaimana perusahaan akan bersaing dalam minat calon jamaah haji dan umrah dan menarik bidang bisnisnya dengan mengedepankan pelayanan yang akan diberikan.terutama dengan mengembangkan dan mempertahankan keunggulan yang menjadi pembeda dengan pesaingnya.

d. Tipe-Tipe Strategi

Menurut Salusu dan Raymond young, menawarkan satu defenisi yang lebih sederhana yaitu : “strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumberdaya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungan yang afektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan” tipe-tipe strategi yang dikemukakan oleh kotten dan salusu, kotten membagi strategi berdasarkan tipenya sebanyak 4 tipe. Adapun tipe-tipenya adalah.

1. Strategi Organisasi (*corporate strategy*)

Strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai dan inisiatif-inisiatif strategik. Dalam strategi organisasi, sebuah strategi dirumuskan melalui visi dan misi suatu perusahaan yang di tuangkan ke dalam suatu program atau kegiatan-kegiatan. Adapun aspek-aspek yang dapat di lihat dari strategi organisasi adalah visi dan misi.

2. Strategi Program (*corporate strategy*)

Strategi program ini lebih memberikan perhatian kepada implikasi-implikasi stratejik dari suatu program. Adapun aspek-aspek yang dapat dilihat dari strategi program ini adalah apakah strategi yang dilaksanakan

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

oleh perusahaan akan memberikan dampak positif baik terhadap masyarakat.

3. Strategi Pendukung Sumber Daya (*resource support strategy*)

Strategi pendukung sumber daya merupakan suatu strategi yang memanfaatkan segala sumber daya yang ada dalam sebuah perusahaan. Adapun aspek-aspek yang dilihat dari strategi sumber daya ini adalah : sarana dan prasarana, sumber daya manusia, dan sumber daya finansial.

4. Strategi Kelembagaan (*instutional strategy*)

Dlam strategi kelembagaan ini, fokus dari strategi instutional ini ialah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategik.¹¹

e. **Faktor-Faktor Strategi**

Kesadaran bagi setiap orang baik sebagai individu maupun kelompok organisasi, baik organisasi sosial maupun organisasi bisnis tentang bagaimana tujuan yang akan dicapai akan berubah. Suatu usaha untuk mencapai tujuan tersebut dan sesuai usaha-usaha yang mengarahkan pada penyampain yang disebut strategi. Suatu strategi yang efektif dan jelas mengerakkan organisasi pada tujuannya, sehinga harus memperhatikan faktor-faktornya sebagai berikut :

1. Lingkungan

Lingkungan tentunya tak selalu berada dalam kondisi dan selalu berubah. Perubahan yang terjadi berpengaruh sangat luas kepada segala sendi kehidupan manusia, sebagai individu setiap masyarakat tidak hanya kepada cara berpikir tetapi juga dengan tingkah laku, keabsahan, kebutuhan dan pandangan hidup.

2. Lingkungan Organisasi

Lingkungan organisasi yang meliputi segala sumber daya dan kebijakan organisasi yang ada.

¹¹ Salusu, Pengambilan Keputusan Stratejik: *Organisasi Publik Dan Organisasi Non Profit*, (Jakarta: Grasindo, 2006), hal.105



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

3. Kepemimpinan

Kepemimpinan yakni seorang pemimpin adalah orang yang tertinggi dalam mengambil keputusan.¹²

a. Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan

Menurut Hamel dan Prahalad Dala Rangkuti (2006:4) Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian strategi dapat terjadi bukan dimulai dari apa yang telah terjadi. Menurut Salusu dan Raymond Young (2015:71) , menawarkan satu defenisi yang lebih sederhana, yaitu: “strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan, ” tipe strategi tipe-tipe strategi yang dikemukakan oleh Kotten (dalam Salusu:2005:105) . Kotten.

f. Tahap-Tahap Strategi

Tahap pertama adalah melakukan analisis SWOT, analisis swot adalah analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. (strenght,weakness, opportunity, and threat) . Analisis swot merupakan identifikasi yang bersifat sistematis dari faktor kekuatan dan kelemahan dari organisasi serta peluang dan ancaman lingkungan luar strategi yang menyajikan kombinasi terbaik diantara keempatnya. Perusahaan dapat menentukan strategi setelah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya untuk mengambil keuntungan dari peluang-peluang yang ada, sekaligus memperkecil atau mengatasi kelemahan yang dimilikinya untuk menghindari ancaman yang ada. Analisis swot menurut Freddy Rangkuti, adalah identifikasi sebagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada hubungan atau

¹² Doni Hendro, *Strategi Yayasan Yatim Piatu Miftahul Ulum Way Halim Permai Dalam Pembinaan Kemandirian Anak Asuh*, Skripsi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung, 2008, hal.22

interaksi antar unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan terhadap unsur-unsur eksternal, yaitu peluang dan ancaman.¹³

Tahap awal proses penetapan strategi adalah menaksir kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki organisasi. Analisis swot memungkinkan organisasi atau perusahaan memformulasikan, dan menimplementasikan strategi utama sebagai tahap lanjut pelaksanaan dan tujuan organisasi. Dalam analisis swot informasi dikumpulkan dan di analisis, hasil analisis dapat menyebabkan perubahan pada misi, tujuan, kebijaksanaan, atau strategi yang sedang berjalan.¹⁴

g. Tujuan Strategi

1. Memberikan arah jangka panjang yang akan dituju.
2. Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi.
3. Membuat suatu organisasi menjadi lebih efektif.
4. Mengidentifikasi keunggulan kompetitif suatu organisasi dalam lingkungan.
5. Aktivitas pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan organisasi untuk memecahkan masalah yang akan datang.
6. Keterlibatan karyawan dalam pembuatan strategi akan memotivasi karyawan pada tahap pelaksanaan.
7. Keengganan untuk berubah dari karyawan lama dapat dikurangi.¹⁵

2. Strategi Program

Menurut Effendy strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (Planning) dan manajemen (Management) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi dalam hal ini seperti bagaimana dalam merencanakan segala sesuatu yang berhubungan dengan keberhasilan program.

¹³ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan Edisi Pertama* (Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama, 2016) , hal.107

¹⁴ *Ibid*, hal.108

¹⁵ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005), hal.183.

Sedangkan program merupakan benda abstrak yang berfungsi memuaskan batiniah, sehingga yang dirasakan oleh khalayak pemirsa diekspresikan sebagai penilaian objektif, yaitu bagus atau kurang bagus Programnya. Setiap program dapat berhasil bergantung pada strategi yang diterapkan. Jadi, strategi program merupakan suatu taktik atau perencanaan yang berfungsi memuaskan batiniah yang dirasakan khalayak. Hal tersebut dipertimbangkan berdasarkan kelebihan dan kekurangan agar tercapai suatu tujuan tertentu.

Teori Strategi Program Membahas mengenai pengemasan program akan berkaitan dengan peran divisi atau departemen program. Departemen program dan manajer program memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam menunjang keberhasilan suatu program. Berdasarkan aspek manajemen atau sering disebut dengan manajemen strategis program siaran terdiri dari perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program serta pengawasan dan evaluasi program

3. Strategi Pemasaran

Menurut William J. Stanton, pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial¹⁶. Menurut P. H. Nystrom, pemasaran meliputi segala kegiatan mengenai penyaluran barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen.¹⁷

Alex S. Nitisemito menyebutkan bahwa pemasaran bagaikan jantuh sebuah perusahaan. Jika pemasaran suatu perusahaan sampai berhenti karena barang atau jasa yang dijualnya tidak laku terjual, maka perusahaan tersebut akan mengalami kesulitan bahkan kegagalan. Bila pemasaran berhenti, maka berhentilah semua kegiatan perusahaan.¹⁸

¹⁶ Basu Swastha Dharmmesta, T. Hani Handoko, Manajemen Pemasaran (Analisis Perilaku Konsumen), (Yogyakarta: BPFE, 2018), 3-4

¹⁷ Mursid, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015), 26

¹⁸ Alex S. Nitisemito, Dialog Bisnis dan Manajemen, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), 11



Menurut Marjorie Clayman, pemasaran adalah membangun merek, meyakinkan orang-orang bahwa merek yang berarti produk, jasa, perusahaan adalah yang terbaik dan melindungi hubungan produsen dalam membangun dengan konsumen.¹⁹

Pemasaran itu bisa terjadi kapan saja. Bentuk-bentuk yang dapat dipertukarkan bukan hanya barang dan jasa, tetapi juga pengalaman, acara, orang, tempat, informasi, ide, industri bahkan perusahaan. Pertukaran tersebut lebih berhasil apabila masing-masing pihak mendapat nilai-nilai yang memuaskan. Itu sebabnya pemasar fokus terhadap penciptaan kepuasan pelanggannya. Sekalipun perusahaan tersebut membuat suatu produk yang berkualitas, tetapi apabila tidak mempunyai nilai yang memuaskan terhadap pelanggan, maka produk itu akan ditolak oleh pelanggan. Produk yang tidak bisa dijual memberikan dampak yang negatif terhadap perusahaan. Itulah sebabnya bahwa pemasaran merupakan jantung atau hati dari perusahaan.²⁰

Pemasaran merupakan kegiatan yang dirancang untuk mendorong dan mengelola segala pertukaran untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. Pengertian sempit dari pemasaran dapat diartikan sebagai konsep bagaimana menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan dan kepuasan. Pemasaran terjadi karena ada kebutuhan dan keinginan. Keinginan ataupun kebutuhan dari konsumen selalu berubah-ubah dari waktu ke waktu.²¹

Dalam konsep pemasaran untuk menentukan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien merupakan kunci utama dalam mencapai sasaran dan tujuan organisasi. Produsen harus dapat mengkoordinir semua kegiatan yang berkaitan dengan pelanggan. Singkatnya konsep pemasaran ini berlandaskan pada empat aspek utama yaitu pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terkoordinir, dan keuntungan melalui kepuasan pelanggan.²²

¹⁹ Harman Malau, *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, (Bandung: Alfabeta: 2017), 17

²⁰ *Ibid.*, 3.

²¹ *Ibid.*, 5-6.

²² Nurrahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran*, (Pekanbaru: Suska Press, 2012), 4.

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

Konsep pemasaran juga merupakan alat untuk mencapai tujuan atau sasaran perusahaan. Demi keberhasilan perusahaan, para pemimpin perusahaan hendaknya mulai mengubah orientasi atau pandangannya, yaitu dengan menjalankan konsep pemasaran dalam perusahaannya agar membantu memecahkan berbagai masalah yang dihadapi oleh perusahaan.²³

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan sebuah upaya penyediaan ataupun penyampaian barang atau jasa yang menghasilkan sebuah interaksi sosial antara beberapa pihak, baik individu dengan individu lainnya ataupun individu dengan kelompok, yang pada akhirnya menghasilkan sebuah kegiatan tukar-menukar dengan tujuan memenuhi kebutuhan ataupun memuaskan keinginan masing-masing pihak. Strategi pemasaran (Marketing Strategy) adalah suatu cara yang digunakan untuk membantu kita membuat dan menjual barang dan jasa yang sesuai dengan kondisi perusahaan dan pasar target atau selera konsumen yang dituju.²⁴

Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.²⁵ Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.²⁶

²³ Ibid., 6

²⁴ Suharyadi dkk, Kewirausahaan: Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), 191.

²⁵ Pandji Anoraga, Manajemen Bisnis, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009), 230.

²⁶ Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 168-169



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 adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan.²⁷

Dalam strategi pemasaran, ada tiga faktor utama yang menyebabkan terjadinya perubahan strategi dalam pemasaran yaitu:

1. Daur hidup produk, strategi harus disesuaikan dengan tahap-tahap daur hidup, yaitu tahap pengenalan, tahap pertumbuhan, tahap kedewasaan, dan tahap kemunduran.
2. Posisi persaingan perusahaan di pasar, strategi pemasaran harus disesuaikan dengan posisi perusahaan dalam persaingan, apakah memimpin, menantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil dari pasar.
3. Situasi ekonomi, strategi pemasaran harus disesuaikan dengan situasi ekonomi dan pandangan ke depan, apakah ekonomi berada dalam situasi makmur atau inflasi tinggi.²⁸

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka penulis dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah penetapan kebijakan pemasaran dengan mengendalikan faktor yang dapat dikuasai, serta faktor diluar kekuatan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemuasan konsumen (marketing strategy). Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha pemasaran perusahaan dengan rencana, pelaksanaan dan evaluasi yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Adanya strategi pemasaran maka implementasi program dalam menciptakan tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar, dan rasional

- a. Harga (Price)

Penetapan harga merupakan keputusan kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun nonprofit. Harga

²⁷ Nurrahmi Hayani, Manajemen Pemasaran, (Pekanbaru: Suska Press, 2012), 83.

²⁸ 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.

merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi.²⁹

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.³⁰ Menurut Philip Kotler, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa. Sedangkan Stanton mendefinisikan harga adalah sejumlah uang atau barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari barang yang lain yang disertai dengan pemberian jasa. Harga merupakan elemen dari bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, dimana suatu saat harga akan stabil dalam waktu tertentu tetapi dalam seketika harga dapat juga meningkat atau menurun dan juga merupakan satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan dari penjualan.³¹

Harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Dalam peranannya sebagai penentu alokasi sumber-sumber yang langka, harga menentukan apa yang harus diproduksi dan siapa yang akan memperoleh berapa banyak barang atau jasa yang diproduksi.³²

Harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu utama permintaan pasar. Harga mempengaruhi posisi persaingan dan bagian atau saham pasar dari perusahaan. Harga sebuah produk juga mempengaruhi program pemasaran. Suatu pemasar berhasil, jika bisa menempatkan penetapan harga dari program pemasaran ke dalam perspektif yang tepat.

²⁹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Jawa Timur: Bayumedia Publishing, 2004), hal. 178.

³⁰ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 169.

³¹ Nurrahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran: Bagi Pendidikan Ekonomi*, (Pekanbaru: Suska Press, 2012), hal. 91.

³² Harman Malau, *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, (Bandung: Alfabeta: 2017), hal. 126.



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.

Hal ini menjelaskan pentingnya peranan harga dalam kegiatan pemasaran.³³

Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Hal ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, ketika ia memperkenalkan produk lamanya ke saluran distribusi baru atau ke daerah geografis baru.³⁴

Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar. Penentuan harga oleh suatu perusahaan memiliki tujuan sebagai berikut:

- 1) Untuk bertahan hidup.
- 2) Untuk memaksimalkan laba.
- 3) Untuk memperbesar market share.
- 4) Mutu produk.
- 5) Pesaing.

Penetapan harga suatu barang atau jasa oleh perusahaan memberikan pengaruh yang tidak sedikit bagi perusahaan karena:

- 1) Harga merupakan penentu bagi permintaan pasarnya.
- 2) Harga dapat mempengaruhi posisi pesaing perusahaan dan mempengaruhi market sharenya.
- 3) Harga akan memberikan hasil maksimal dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih.
- 4) Harga barang juga dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan.³⁵

³³ *Ibid.*, hal. 127.

³⁴ Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal. 171.

³⁵ P. Marius Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002), hal. 270.

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.

Kotler dan Keller mengemukakan 6 (enam) tahap dalam menentukan harga, yaitu:³⁶

1) Memilih tujuan penetapan harga

Tujuan penetapan harga dapat berupa keinginan untuk tetap service dalam bisnis, memaksimalkan profit, memaksimalkan market share, memaksimalkan market skimming, ingin menjadi pemimpin sebagai produk yang berkualitas di pasar atau untuk tujuan lain.

2) Menentukan permintaan

Setiap tingkat harga akan memberikan dampak yang berbeda terhadap tingkat permintaan. Banyak faktor yang menentukan permintaan yang perlu dipertimbangkan diantaranya adalah sensitivitas terhadap harga.

3) Mengestimasi biaya

Perusahaan ingin menentukan harga yang dapat menutupi biaya produksi, distribusi, dan biaya penjualan lainnya dari produk, namun ketika perusahaan telah menentukan harga produk yang dapat menutupi semua biaya yang telah dikeluarkan belum tentu perusahaan mendapat keuntungan.

4) Menganalisa biaya, harga dan tawaran pesaing Setelah perusahaan menentukan seluruh biaya yang dikeluarkan, selanjutnya perusahaan akan menentukan apakah harga jual produknya sama, di atas atau di bawah pesaing.

5) Memilih harga akhir

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi atau perlu dipertimbangkan dalam penentuan harga diantaranya adalah sebagai berikut:

a) Persaingan

Posisi biaya dan perilaku penentuan harga dari pesaing merupakan unsur penting yang harus diperhatikan. Perusahaan

³⁶ Marty Oesman Yevis, *Sukses mengelola Marketing, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*, (Bandung : Alfabeta, 2010), hal. 26.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

harus mengamati persaingan-persaingan agar dapat menentukan biaya, harga, dan keuntungan perusahaan itu sendiri. pengetahuan akan biaya yang dimiliki pesaing dapat membantu para manajer di bidang jasa untuk membuat penilaian mengenai harga sehingga dapat diketahui seberapa kompetitifkah jasa yang telah ditawarkan.

b) Sasaran yang ingin dicapai perusahaan

Faktor selanjutnya ialah sasaran yang ingin dicapai perusahaan. Suatu perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu apa sasaran yang akan dicapai oleh perusahaan dalam menjalankan perencanaan tujuannya.

c) Struktur biaya

Para pemasar perlu mengetahui biaya dalam menyediakan layanan dan bagaimana biaya-biaya bergerak seiring berjalannya waktu dan tingkat permintaan. Ada dua macam jenis biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang secara umum tidak berubah dengan perubahan yang beralasan dalam volume bisnis. Contoh: sewa, gaji eksekutif, administrative dan asuransi. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang berubah seiring dengan perubahan volume bisnis. Contoh: bahan baku, tenaga kerja langsung ataupun komisi untuk penjualan.³⁷

Besarnya nilai harga yang harus dipasang tentu disesuaikan dengan tujuan penentuan harga. Metode-metode dalam penentuan suatu harga produk, antara lain:

a) Modifikasi harga atau diskriminasi harga dapat dilakukan:

- 1) Menurut pelanggan yaitu harga yang dibedakan berdasarkan konsumen utama (primer) atau nasabah biasa (sekunder). Konsumen utama adalah konsumen yang loyal dan memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.
- 2) Menurut bentuk produk yaitu harga yang ditentukan berdasarkan bentuk produk atau kelebihan-kelebihan yang

³⁷ Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal. 100.

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.

dimiliki oleh suatu produk, misalnya untuk kartu kredit ada master card dan visa card.

- 3) Menurut tempat yaitu harga yang ditentukan berdasarkan lokasi atau wilayah, daerah di mana produk atau jasa ditawarkan.
 - 4) Menurut waktu yaitu harga yang ditentukan berdasarkan periode atau masa tertentu dapat berupa jam, hari, mingguan atau bulanan.
- b) Penetapan harga untuk produk baru, berupa:
- 1) Market skimming price yaitu harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk atau jasa memiliki kualitas tinggi.
 - 2) Market penetration pricing yaitu dengan menetapkan harga yang paling rendah dengan tujuan untuk menguasai pasar.³⁸

Perusahaan menetapkan suatu harga dengan melakukan pendekatan penetapan harga secara umum yang meliputi satu atau lebih diantara tiga perangkat perimbangan berikut ini.³⁹

- 1) Cost-Based Pricing (Penetapan harga berdasarkan biaya)
 - a) Cost-Plus Pricing (Penetapan harga biaya plus) Metode ini merupakan metode penelitian harga yang paling sederhana, dimana metode ini menambah standar mark-up terhadap biaya produk.
 - b) Break Even Analysis and Target Profit Pricing (Analisis peluang pokok dan penetapan harga laba sasaran). Suatu metode yang digunakan perusahaan untuk menetapkan harga apakah akan break even atau membuat target laba yang akan dicari.
- 2) Value-Based Pricing (Penetapan harga berdasarkan nilai) Metode ini menggunakan satu persepsi nilai dari pembeli (bukan dari biaya penjualan) untuk menetapkan suatu harga.

³⁸Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hal. 200.

³⁹*Ibid.*, hal. 91-92



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- 3) Competition-Based Pricing (Penetapan harga berdasarkan persaingan)
 - a) Going-rate Pricing (Penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku)Perusahaan mendasarkan harganya pada harga pesaing dan kurang memperhatikan biaya dan permintaannya. Perusahaan dapat mengenakan harga yang sama, lebih tinggi atau lebih rendah dari pesaing utamanya.
 - b) Scaled-Bid Pricing (Penetapan harga penawaran tertutup)Perusahaan menetapkan pesaing bukan berdasarkan hubungan yang kaku atas biaya atau permintaan perusahaan.Masalah harga jual merupakan salah satu unsur yang penting dalam menentukan bagian pasar dan tingkat keuntungan daripada perusahaan.

Harga barang dan jasa akan berpengaruh terhadap jumlah barang dan jasa baik yang dihasilkan maupun yang dibutuhkan konsumen.

Kebijakan penentuan harga tidak dapat dipertimbangkan secara terpisah dengan tidak melihat kembali tujuan utama perusahaan. Tujuan dari penetapan harga yaitu memperoleh laba yang maksimum, mendapatkan share pasar tertentu, mencapai keuntungan yang ditargetkan, mempromosikan produk dan sebagainya. Program umrah pada dasarnya bergantung pada fasilitas dan musimnya (waktu di awal, pertengahan, akhir, dan liburan). Jadi yang membedakan tersebut yaitu fasilitas yang diterimanya, musimnya, lama perjalanan dan jumlah orang (sendiri, berdua, maupun kelompok). Dengan demikian, yang dapat membedakan dari setiap program yang ditawarkan yaitu:

- 1) Fasilitas dan layanan pembimbing serta akomodasi yang diterima
- 2) Jumlah orang perkamar
- 3) Lamanya perjalanan
- 4) Banyaknya tujuan tambahan

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. Promosi (Promotion)

Salah satu kebijakan di dalam bauran pemasaran yang tidak kalah pentingnya sebagai usaha untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan secara keseluruhan adalah kebijakan promosi.⁴⁰

Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama untuk menginformasikan, membujuk, mempengaruhi dan mengingatkan konsumen agar membeli produk yang dihasilkan.

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen.⁴¹

Menurut Kotler yang dimaksud dengan promosi mencakup semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk berkomunikasi dan mempromosikan produknya kepada target pasar.⁴²

Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru.⁴³

Maka oleh karena itu perlunya dilaksanakan promosi, yang mana kegiatan promosi ini tidak hanya sekedar memperkenalkan produknya kepada konsumen atau masyarakat, akan tetapi juga dimaksudkan supaya konsumen tersebut dapat dipengaruhi untuk melakukan pembelian.

Untuk mencapai promosi yang efektif, ada enam tahapan yang perlu dilakukan dalam mengembangkan bauran promosi, antara lain menetapkan tujuan promosi, merancang pesan, memilih saluran

⁴⁰ Fandy Tjiptono, dkk, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), hal. 585.

⁴¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 179.

⁴² Nurrahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran: Bagi Pendidikan Ekonomi*, (Pekanbaru: Suska Press, 2012), hal. 92.

⁴³ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hal. 207.

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.

komunikasi, menyiapkan anggaran promosi, memilih bauran atau kegiatan yang akan dilakukan untuk promosi.⁴⁴

Promosi jika dilaksanakan dengan baik dapat mempengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen membelanjakan pendapatannya. Promosi dapat membawa keuntungan baik produsen maupun konsumen. Keuntungan bagi konsumen adalah konsumen dapat mengatur pengeluarannya menjadi lebih baik, misalnya konsumen yang membaca iklan, ia dapat membeli barang yang lebih murah. Pemasangan iklan disurat kabar tersebut tersebut bisa terjangkau oleh masyarakat umum. Keuntungan bagi produsen adalah promosi dapat menghindarkan pesaing berdasarkan harga karena konsumen membeli barang tertarik akan mereknya.⁴⁵

Perusahaan dapat melakukan promosi dengan menggunakan sasaran-sasaran promosi antara lain:

1) Periklanan (Advertising)

Periklanan adalah suatu promosi barang atau jasa yang sifatnya nonpersonal dilakukan oleh sponsor yang diketahui. Iklan bisa menjadi cara yang efektif dari segi biaya untuk mendistribusikan pesan, baik dengan tujuan membangun preferensi merek atau barang. Bahkan dalam lingkungan media yang penuh tantangan saat ini, iklan yang baik akan menghasilkan hasil yang memuaskan.⁴⁶

Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, hal ini kemungkinan karena daya jangkauannya yang luas. Iklan juga menjadi instrumen promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditunjukkan kepada masyarakat luas. Salah satu alasan perusahaan memilih iklan di media massa karena iklan di media massa

⁴⁴ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal. 134.

⁴⁵ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 181.

⁴⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 202.

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.

dinilai efisien dari segi biaya untuk mencapai audiensi dalam jumlah besar. Keuntungan lain dari iklan melalui media massa adalah kemampuannya menarik perhatian konsumen terhadap produk yang iklannya populer atau sangat dikenal masyarakat.⁴⁷

2) Penjualan Perorangan (Personal selling)

Personal selling merupakan komunikasi persuasif seseorang secara individual kepada seseorang atau lebih calon pembeli dengan maksud menimbulkan permintaan (penjualan).lain halnya dengan periklanan dan kegiatan promosi lainnya yang komunikasinya bersifat non pribadi atau massal. Dalam operasinya, personal selling lebih fleksibel dibandingkan dengan yang lain. Hal ini disebabkan karena tenaga-tenaga penjual tersebut dapat secara langsung mengetahui keinginan, motif dan perilaku konsumen, dan sekaligus dapat melihat reaksi konsumen sehingga mereka langsung dapat melakukan penyesuaian seperlunya.⁴⁸

Personal selling memungkinkan pihak penjual menyesuaikan pesan berdasarkan kebutuhan khusus atau situasi khusus calon pembeli. Personal selling juga memungkinkan terjadinya umpan balik secara langsung dan lebih tepat karena dampak presentasi penjualan yang dilakukan dapat dinilai dari reaksi calon pembeli atau pelanggan.⁴⁹

Bentuk-bentuk yang digunakan dalam personal selling ada bermacam-macam, yaitu:

a) House to house selling

Salesman yang mengunjungi pembeli dari rumah ke rumah.

b) Across the counter selling

Biasanya pada toko-toko pengecer, di mana salesman melayani calon pembeli yang datang.

⁴⁷ Frank Jefkins, *Periklanan*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 1997), hal. 2

⁴⁸ Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hal. 99.

⁴⁹ Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hal. 34.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- c) Salesman yang bekerja pada suatu pabrik yang bertugas menghubungi pabrik lain, pedagang besar atau pedagang eceran
- d) Pimpinan perusahaan yang mengunjungi para pelanggan yang penting untuk melakukan penjualan. Hal ini sering terjadi pada pedagang industri dalam jumlah besar

3) Promosi Penjualan (Sales promotion)

Sales promotion adalah kegiatan-kegiatan di luar penjualan perseorangan, periklanan, dan publisitas yang menstimulasi pembelian oleh konsumen dan keefektifan dealer, misalnya pameran, pertunjukan, demonstrasi serta berbagai kegiatan penjualan luar biasa yang bukan kerja rutin biasa.⁵⁰

Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah agar segera membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin yang ditunjukkan untuk mendorong lebih kuat mempercepat respon pasar yang ditargetkan sebagai alat lainnya dengan menggunakan bentuk yang berbeda. Karena waktunya singkat dan agar nasabah tertarik untuk membeli, maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang menarik mungkin. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon, atau sampel produk.⁵¹

Tujuan lain digunakan sales promotion ialah:

- a) Menarik para pembeli
- b) Memberi hadiah atau penghargaan kepada konsumen-konsumen atau langganan lama.
- c) Meningkatkan daya pembeli ulang dari konsumen lama.

⁵⁰ *Ibid.*, hal. 368.

⁵¹ Nurianto Alarif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012),



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

d) Mempopulerkan merek atau meningkatkan loyalitas.

4) Hubungan Masyarakat (Public relations dan publicity)

Hubungan masyarakat adalah berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan dan/atau melindungi citra perusahaan atau produk individual yang dihasilkan.⁵²

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, pembukaan stand promosi di pusat perbelanjaan, sponsorship kegiatan, mendukung atau berperan serta dalam kegiatan amal seperti penggalangan dana untuk para korban bencana alam, serta kegiatan lainnya.⁵³

Menurut Basu Swastha, publisitas adalah sejumlah informasi tentang seseorang, barang atau organisasi yang disebarluaskan ke masyarakat melalui media tanpa dipungut biaya atau tanpa pengawasan dari sponsor.⁵⁴

5) Pemasaran Langsung (Direct marketing) Pemasaran langsung adalah melakukan komunikasi pemasaran secara langsung untuk mendapatkan respon dari pelanggan dan calon tertentu, yang dapat dilakukan dengan menggunakan surat, telepon, dan alat penghubung nonpersonal lainnya.⁵⁵

Selanjutnya kegiatan promosi juga dapat dilaksanakan dengan menggunakan media penunjang yang dipandang cocok dengan tujuan perusahaan, antara lain pemasangan spanduk atau baliho di tempat yang strategis, pencetakan brosur, menggunakan media sosial, radio, televisi, koran dan majalah. Pemilihan beberapa media tersebut harus

⁵² Nurrahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran: Bagi Pendidikan Ekonomi*, (Pekanbaru: Suska Press, 2012), hal. 84-93.

⁵³ Nurianto Alarif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 185.

⁵⁴ P. Marius Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002), hal. 372.

⁵⁵ Nurrahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran: Bagi Pendidikan Ekonomi*, (Pekanbaru: Suska Press, 2012), hal. 84.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

dilakukan dengan beberapa pertimbangan yang sesuai dengan tujuan perusahaan.⁵⁶

Semakin gencar kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan, maka semakin besar peluang produk tersebut dikenal oleh konsumen. Keadaan ini akan mendorong konsumen melakukan pembelian dikarenakan mereka telah mengetahui betul manfaat dari produk tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa dengan penggunaan teori marketing mix dalam pemasaran merupakan strategi yang sangat efektif dan efisien untuk memenangkan persaingan, sebab dengan pemanfaatan dan mengkombinasikan tujuh (7) variabel marketing mix jasa yang terdiri dari Program, Pemasaran, Pelayanan, dan kerja sama, telah mewakili seluruh proses proses pemasaran yang ada sehingga dapat memudahkan suatu perusahaan untuk memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang mereka miliki untuk meningkatkan keunggulan bersaing serta meningkatkan omset penjualan suatu perusahaan demi pencapaian tujuan utama perusahaan, yaitu memperoleh keuntungan. Berdasarkan teori-teori yang telah dipaparkan di atas, maka penulis mendapatkan indikator-indikator dalam penelitian ini, yaitu:

- a) Strategi Program
- b) Strategi Pemasaran
- c) Strategi Pelayanan
- d) Strategi Kerja Sama

4. Strategi Pelayanan

Pelayanan ialah pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan diartikan sebagai setiap kegiatan/manfaat yang ditawarkan

⁵⁶ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 173.

suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.⁵⁷

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan jamaah. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan dijelaskan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, dan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukaan seseorang. Kegiatan pelaksanaan haji dan umrah meliputi:

1. Administrasi, adalah seluruh proses kegiatan yang dilakukan dan melibatkan semua orang secara bersama dalam organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan, mulai dari proses pendaftaran, pembayaran, surat keimigrasian.
2. Transportasi, transportasi memegang peran yang cukup menentukan dalam pevaksanaan ibadah haji dan umrah. Pergerakan jamaah dari daerah asal menuju ke Arab Saudi sampai kembali kedaerah asal
3. Akomodasi, akomodasi adalah satu unsur penting yang harus diperhatikan oleh para penyelenggara ibadah haji dan umrah. memberikan akomodasi penyelenggara harus memberikan akomodasi dengan baik dan memuaskan sehingga para jamaah lebih khusyuk dalam menjalankan ibadah.
4. konsumsi, kelayakan dalam penyajian makanan yang memenuhi standar gizi dan higienis merupakan pelayanan yang menjadikan jamaah merasa nyaman dan puas.
5. kesehatan, pelayanan kesehatan dilakukan sebelum berangkat ketanah suci. Ini merupakan sebuah pelayanan yang harus diperhatikan kepada jamaah haji dan umrah.⁵⁸

Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Ciri-ciri pelayanan yang baik adalah memiliki unsur-unsur sebagai berikut:

⁵⁷ Bilson, Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitble, (jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 172.

⁵⁸ Tata Sukayat, Op.Cit., 134



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Tersedia karyawan yang baik.
2. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik.
3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah (pelanggan) sejak awal hingga akhir.
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat
5. Mampu berkomunikasi.
6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah (pelanggan).
9. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah (pelanggan).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik adalah bentuk pelayanan yang dilakukan oleh pemerintah baik yang berupa barang maupun jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat ataupun dalam rangka pelaksanaan peraturan perundang-undangan dengan berpedoman pada asas dan prinsip pelayanan.⁵⁹

Di dalam hal ini penulis sendiri mengembangkan budaya pelayanan prima berdasarkan pada A VI, yaitu:

1. Kemampuan (Ability)

Kemampuan (ability) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan public relation sebagai instrumen dalam membina hubungan ke dalam dan keluar organisasi/perusahaan.

2. Sikap (Attitude)

Sikap Attitude adalah perilaku yang ditunjukkan ketika menghadapi pelanggan.⁶⁰

⁵⁹ Marianti Rahman, Ilmu Administrasi (Makassar: CV Sah Media Makassar, 2017), 22.

⁶⁰ Atep Adya Brata, Dasar-dasar Pelayanan Prima Persiapan Membangun Budaya Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo), 31.



3. Penampilan (Appearance)

Penampilan appearance adalah penampilan seseorang, baik yang bersifat fisik saja maupun non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kreabilitas dari pihak lain.

4. Perhatian (Attention)

Perhatian attention adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan, baik yang berkaitan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.

5. Tindakan (Action)

Tindakan action adalah sebagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan

6. Tanggung Jawab (Accountability)

Tanggung jawab Accountability adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian dan ketidakpuasan pelanggan.⁶¹

Kualitas pelayanan merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan. Menurut Parasuraman et al. (1988) kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi antara lain untuk menentukan strategi.:

1. Bukti Langsung (Tangibles) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (Reliability) kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera, akurat, terpercaya dan memuaskan.
3. Ketanggapan (Responsiveness) merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan (Assurance) mencakup pengetahuan, kemampuan, dan kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh staf.

⁶¹ Ibid., 32

5. Empaty (Perhatian) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.⁶²

Pelayanan berfokus pada level pelayanan yang akan ditawarkan. Contohnya, seperti beberapa maskapai penerbangan memberikan dan menyediakan layanan komunikasi dalam penerbangannya, telex atau akses komputer pribadi.

5. Strategi Kerja Sama

Strategi dan taktik kerjasama digunakan untuk memperoleh keunggulan bersaing dalam industri melalui cara berperang dengan perusahaan lainnya. Hal ini tidak hanya pilihan strategi bisnis bagi perusahaan atau unit bisnis untuk bersaing secara berhasil dalam sebuah industri. Strategi kerjasama dapat digunakan untuk memperoleh keunggulan bersaing dalam industri dengan kerjasama dengan perusahaan lainnya.

1) Kolusi (Collusion)

Dua jenis umum strategi kerjasama yaitu kolusi dan aliansi strategik. Kolusi adalah kerjasama aktif perusahaan dalam industri untuk menurunkan output dan menaikkan harga agar memperoleh hukum permintaan dan penawaran secara muekonomi normal. Kolusi dapat terjadi secara eksplisit, dimana perusahaan dapat berkerjasama melalui komunikasi dan negosiasi, atau tacit, dimana perusahaan bekerjasama secara tidak langsung melalui sinyal sistem informasi. Kolusi eksplisit ilegal pada umumnya di dunia ini. Contoh, Archer Daniels Midland (ADM), perusahaan produk pertanian di Amerika Serikat, telah berkonspirasi dengan pesaingnya untuk membatasi volume penjualan dan menaikkan harga bahan makanan. Eksekutif dari Jepang dan Korea Selatan menghindari pertemuan di Hotel pada kota-kota besar di seluruh dunia untuk membentuk “lysine trade association”.

⁶² Ibid., 33



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Kolusi dapat juga menjadi tacit (saling pengertian), dimana tidak ada komunikasi langsung diantara perusahaan-perusahaan. Menurut Barney, saling pengertian kolusi dalam sebagian besar industri berhasil jika

1. ada sedikit para pesaing yang dapat diidentifikasi
2. biaya-biaya yang serupa diantara perusahaan-perusahaan
3. kegiatan satu perusahaan cenderung sebagai “pemimpin harga
4. kebiasaan-kebiasaan (budaya) industri yang menerima kerjasama
5. penjualan yang karakteristiknya memiliki frekuensi tinggi dengan jumlah pesanan yang sedikit
6. cara perjanjian persediaan yang cukup besar dan timbunan pesanan pada saat permintaan yang berfluktuasi
7. rintangan masuk yang tinggi untuk menghambat pesaing-pesaing baru.

2) Strategi Aliansi

Sebuah aliansi strategi merupakan partnership dua atau lebih perusahaan atau unit bisnis untuk mencapai tujuan-tujuan strategi yang signifikan yang saling menguntungkan. Aliansi dua perusahaan atau unit bisnis sudah sering terjadi dalam kehidupan bisnis modern. Ada aliansi jangka pendek yang berakhir cukup panjang bagi suatu partner untuk membuat sesuatu di pasar. Sementara yang lainnya berlangsung lama dan bahkan menjadi penuh antar dua perusahaan.

Perusahaan atau unit bisnis membuat aliansi strategis karena beberapa alasan :

1. Untuk memperoleh teknologi atau kapabilitas pabrikan.
2. Memperoleh akses ke pasar yang khusus.
3. Menurunkan resiko keuangan.
4. Menurunkan resiko politik.
5. Mencapai atau memperoleh keunggulan bersaing.

Susunan kerjasama diantara perusahaan-perusahaan dan unit-unit bisnis terletak sepanjang sebuah kontinum dari lemah dan jauh kepada kuat dan dekat.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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

6. Pengelolaan

Pengelolaan berarti serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang.⁶³ Berdasarkan ketetapan ataupun acuan yang telah ditentukan pada saat penyusunan perencanaan awal yang pelaksanaannya mendukung pelaksanaan pertama. Pengelolaan adalah proses melakukan sesuatu dengan menggerakkan orang lain, proses yang membantu merumuskan tujuan dan kebijaksanaan organisasi proses mengawasi pelaksanaan dan pencapaian tujuan.⁶⁴

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, pengelolaan adalah penyelenggaraan dan pengurus.⁶⁵ Jadi pengertian pengelolaan adalah penyelenggaraan atau pengurusan yang terlibat dalam pelaksanaan dan pencapaian tujuan bersama. Pengelolaan adalah bagian dari manajemen. Kata “manajemen” berarti proses penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran. Pengelolaan adalah proses yang membantu merumuskan kebijakan dan tujuan organisasi. Tidak hanya itu beberapa ahli manajemen, khususnya manajemen organisasi juga memberikan definisi atau pengertian yang berbeda, diantaranya:

- 1) Mulyadi A.Murdani, bahwa pengelolaan adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang atau organisasi untuk mencapai pendidikan yang telah ditetapkan, agar efektifitas dan efisien ilmu lebih nampak keberhasilan.
- 2) Pengestu Subagyo memberikan pendapat bahwa pengelolaan merupakan langkah ketiga dari fungsi manajemen dalam proses pencapaian tujuan.
- 3) Jaz Heizer dan Barry Render, pengelolaan yaitu usaha sadar yang dilakukan berdasarkan ketetapan yang berlaku, agar nilai-nilai sosial yang ada tidak hilang. Menurut kamus Bahasa Indonesia, kata pengelolaan mempunyai 4 pengertian yaitu:

⁶³ Willy Abdilla, *Sistem Tata Kelola Informasi*, (Yogyakarta, Andi, 2010), hal.13

⁶⁴ Peter Salim, Yenni Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta: Modern English Press, 2002), hal.50

⁶⁵ Departemen Pendidikan Kebudayaan, *Kamus Besar Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2000), hal. 7

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

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



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) Pengelolaan adalah proses, cara, perbuatan pengelolaan.
- b) Pengelolaan adalah proses melakukan kegiatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain.
- c) Pengelolaan adalah yang membantu merumuskan kebijaksanaan dan tujuan organisasi.⁶⁶
- d) Kata “Pengelolaan” dapat disamakan dengan manajemen, yang berarti pula pengaturan atau pengurusan (Suharsimi Arikunto, 1993: 31) . Banyak orang yang mengartikan manajemen sebagai pengaturan, pengelolaan, dan pengadministrasian, dan memang itulah pengertian yang populer saat ini. Pengelolaan diartikan sebagai suatu rangkaian pekerjaan atau usaha yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk melakukan serangkaian kerja dalam mencapai tujuan tertentu. Secara umum pengelolaan merupakan kegiatan merubah sesuatu hingga menjadi baik berat memiliki nilai-nilai yang tinggi dari semula. Pengelolaan dapat juga diartikan sebagai untuk melakukan sesuatu agar lebih sesuai serta cocok dengan kebutuhan sehingga lebih bermanfaat. Nugroho (2009:119) mengemukakan bahwa:

Pengelolaan merupakan istilah yang dipakai dalam ilmu manajemen. Secara etomologi istilah pengelolaan berasal dari kata kelola. (tomanage) dan biasanya merujuk pada proses mengurus atau menangani sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Jadi pengelolaan merupakan ilmu manajemen yang berhubungan dengan proses mengurus dan menangani sesuatu untuk mewujudkan tujuan tertentu yang ingin dicapai. Sedangkan menurut Syamsu menitikberatkan pengelolaan sebagai fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian dan pengontrolan untuk mencapai efisiensi pekerjaan. Pendapat Pamudji diatas mengenai pengelolaan terlihat menitik beratkan pada dua faktor penting yaitu :

⁶⁶ *Ibid*, hal.8-10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- 1) Pengelolaan sebagai pembangunan yang merubah sesuatu sehingga menjadi baru dan memiliki nilai yang lebih tinggi.
- 2) Pengelolaan sebagai pembaharuan yaitu usaha untuk memelihara sesuatu agar lebih cocok dengan kebutuhan-kebutuhan. Selanjutnya Admosudirjo (2005:160) mendefinisikan bahwa : Pengelolaan adalah pengendalian dan pemanfaatan semua faktor sumberdaya yang menurut suatu perencanaan diperlukan untuk menyelesaikan suatu tujuan tertentu. Dari pengertian diatas Admosudirjo menitikberatkan pengelolaan pada proses mengendalikan dan memanfaatkan semua faktor sumber daya untuk mencapai tujuan tertentu sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat. Fungsi pengelolaan yang dikemukakan oleh para ahli : Menurut Henry Fayol mengemukakan ada 5 fungsi pengelolaan antara lain : Planning (Perencanaan) Organizing (Pengorganisasian) Commanding (Pemberian perintah) Coordinating (Pengkoordinasian) Controlling (Pengawasan) Menurut George R. Terry (2006 : 342) menuliskan ada 4 fungsi pengelolaan yang dikenal dengan POAC antara lain : Planning Organizing Actuating Controlling Sedangkan John F. Mee mengemukakan 4 fungsi pengelolaan antara lain: Planning Organizing Motivating Controlling Fungsi pengelolaan yang dikemukakan John F. Mee sebenarnya hampir sama dengan konsep fungsi pengelolaan George R. Terry, hanya saja actuating diperhalus menjadi motivating yang kurang lebih artinya sama Dari beberapa definisi dan konsep pengelolaan dapat di atas dapat dipahami bahwa suatu pengelolaan sumber daya manusia merupakan suatu proses yang berhubungan dengan implementasi indikator fungsi-fungsi pengelolaan atau manajemen yang berperan penting dan efektif dalam menunjang tercapainya tujuan individu, lembaga, maupun organisasi.

7. Calon Jamaah Haji Plus

- a. Ulama fiqih mendefenisikan haji

Dengan menyengaja mendatangi ka'bah untuk menunaikan amalan-amalan tertentu, atau mengunjungi tempat tertentu untuk

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.

melakukan amalan-amalan tertentu. Jadi pengertian haji adalah menyengaja mengunjungi baitullah untuk beribadah kepada allah dengan syarat atau rukun tertentu, serta pada waktu tertentu pula. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan selama ber haji meliputi amalan-amalan yang dikelompokkan dan rukun wajib dan sunnah haji.⁶⁷ Dari ayat diatas menjelaskan tentang dasar hukum melaksanakan ibadah haji ketanah suci mekkah.⁶⁸

b. Syarat-Syarat Wajib Haji

Syarat wajib haji adalah ketentuan-ketentuan atau syarat-syarat apabila ada pada seseorang, maka wajib haji berlaku bagi dirinya. Maksudnya, apabila seseorang telah memenuhi syarat yang telah ditentukan ini, maka baginya untuk melaksanakan haji. Syarat wajib haji juga ada yang bersipat umum (pria dan wanita) , dan ada juga yang bersipat khusus (wanita) . Syarat wajib haji yang bersifat umum yaitu:

1) Muslim

Syarat wajib haji adalah beragama islam. Hal ini masuk dalam semua ibadah. Karena ibadah tidak sah dari orang kafir berdasarkan firman allah' dan tidak ada yang menghalangi mereka untuk diterima dari mereka nafkah-nafkahnya melainkan karna mereka kafir kepada rasulnya'' (Q.S.Al-Taubah:54)

وَمَا مَنَعَهُمْ أَنْ تُقْبَلَ مِنْهُمْ نَفَقَتُهُمْ إِلَّا أَنَّهُمْ كَفَرُوا بِاللَّهِ وَبِرَسُولِهِ وَلَا يَأْتُونَ الصَّلَاةَ إِلَّا وَهُمْ كُسَالَىٰ وَلَا يُنْفِقُونَ إِلَّا وَهُمْ كَرَاهُونَ

Artinya : dan tidak ada yang menghalangi mereka untuk diterima dari mereka nafkah-nafkahnya melainkan karena mereka kafir kepada Allah dan RasulNya dan mereka tidak mengerjakan sembahyang, melainkan dengan malas dan tidak (pula) menafkahkan (harta) mereka, melainkan dengan rasa enggan

2) Mualaf

Mualaf adalah orang yang telah dianggap cakap bertindak hokum. Seorang yang belum dikenakan taklif hokum maka ia juga cakap bertindak hokum. Dasar pembebanan ini ialah baligh berakal,

⁶⁷ *Ibid*, hal.14

⁶⁸ *Ibid*, hal.15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

dan punya pemahaman. Hal ini berdasarkan sabda rasulullah saw, sebagai berikut: yang artinya “diangkat pembebanan hokum dari tiga jenis orang yaitu orang tidur sampai dia bangun, anak kecil sampai ia baligh, dan orang gila sampai dia sembuh.”(H.R.Bukhari)

3) Merdeka

Seorang budak tidak dikenakan wajib haji. Karena haji merupakan ibadah yang menghendaki waktu dan kesempatan, sedangkan seorang hamba sahaya (budak) sibuk dengan urusan majikannya dan tidak mempunyai kesempatan.

4) Memiliki Kemampuan

Seorang yang tidak memiliki kemampuan tidak dikenakan wajib haji. Hal ini berdasarkan firman allah dalam Q.S.Ali imran :97 yang artinya “bagi siapa yang mampu diperjalanan.”

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

Artinya : padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim[215]; Barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, Yaitu (bagi) orang yang sanggup Mengadakan perjalanan ke Baitullah[216]. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji) , Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.

Menurut madzhab syafii menentukan kriteria kemampuan yang meliputi tiga komponen, yaitu kekuatan badan atau fisik, kemampuan harta dan keamanan dalam perjalanan sampai ke tanah suci. Selain itu madzhab syafi’I menentukan kriteria kemampuan yang meliputi tujuh komponen yaitu kekuatan fisik, kemampuan harta, tersedianya alat transfortasi, tersedianya kebutuhan pokok yang akan dikonsumsi selama di tanah suci, perjalanan dan di tanah suci aman, jika seorang wanita maka ia harus ada mahramnya.



Hak Ipta Dilindungi Undang-Undang

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

C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran atau kerangka teoritik merupakan landasan dari keseluruhan proses penulisan. Kerangka pemikiran mengembangkan teori yang telah disusun dan menguraikan dan menjelaskan hubungan-hubungan yang terjadi antara variabel yang diperlukan untuk menjawab masalah penulisan. Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis antar variabel yang akan diteliti. Tinjauan pustaka menyajikan suatu dasar untuk membentuk kerangka teoritik atau kerangka berpikir penulis, sedangkan kerangka teoritik menjadi dasar untuk membuat hipotesis. Kerangka teoritik menjelaskan hubungan antar variabel dan menjelaskan teori yang melandasi hubungan-hubungan tersebut serta menjelaskan karakteristik, arah dari hubungan-hubungan yang terjadi. Kerangka teoritik yang baik mengidentifikasi serta menentukan variabel-variabel yang relevan dengan masalah penulisan yang telah dirumuskan.

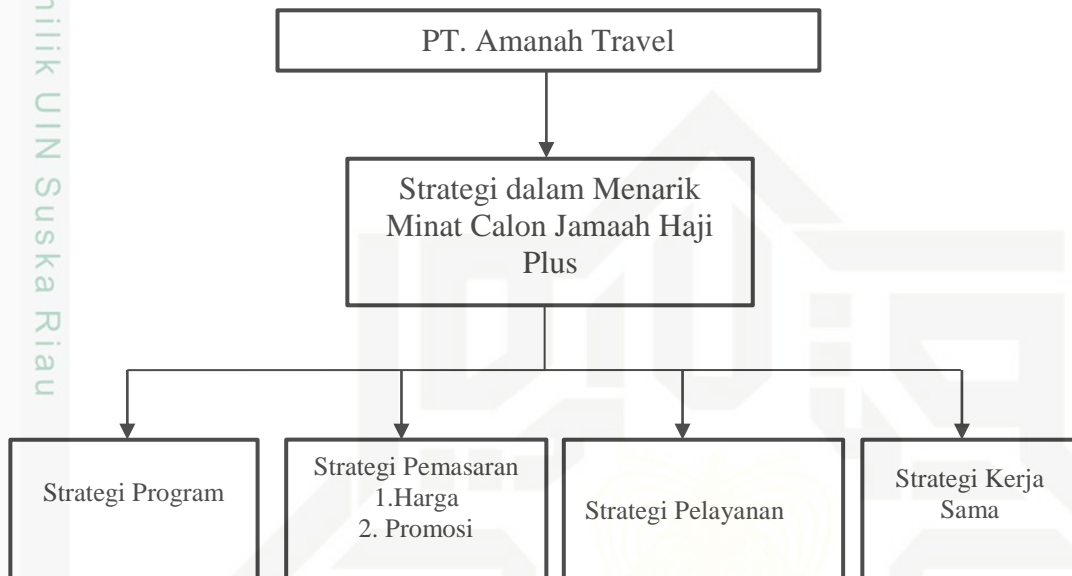
Kesesuaian pernyataan dari subjek penulisan dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penulisan tersebut.

Tahapan-tahapan diatas bagi penulis tidak termasuk pada metode analisis data tetapi masuk kepada strategi analisis data. Karena metode sudah paten sedangkan strategi bisa dilakukan dengan keluwesan penulis dalam menggunakan strategi tersebut. Dengan demikian, kebiasaan penulis menggunakan metode analisis kualitatif menentukan kualitas analisis dan hasil penulisan kualitatif.

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

Adapun yang menjadi kerangka pikir penelitian ini dapat dilihat dari berbagai tahapan berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

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

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



BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan atau memaparkan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fenomena-fenomena yang di angkat dalam penelitian, kemudian data-data tersebut dianalisis untuk memperoleh kesimpulan.⁶⁹

Menurut Jane Richie, penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia social. Dan persepektifnya didalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti. Kembali kepada depenisi diatas dikemukakan tentang peranan penting dari apa yang seharusnya diteliti, yaitu konsep, perilaku, konsep, persepsi dan persoalan tentang manusia yang diteliti. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dirasakan oleh objek yang akan diteliti yang dideskripsikan kedalam bentuk kata-kata dan bahasa.⁷⁰

Sedangkan metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Oleh Suharsimi Arikunto, ditegaskan bahwa penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan apa adanya tentang suatu variable gejala atau keadaan.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sipatnya umum terhadap kenyataan social dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan social yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian

⁶⁹ Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hal.2

⁷⁰ Lexiy J. Meong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), hal.6

ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman-pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut.⁷¹

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Penelitian ini dilakukan di PT. Amanah Travel Indonesia Pekanbaru Riau, yang ber alamat di JL. PAUS NO 127, kel. Tangkerang Barat , kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini di laksanakan pada 23 Juni 2023 di PT. Amanah Travel Pekanbaru.

C. Sumber Data Penulisan

Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.⁷²Salah satu pertimbangan dalam memilih masalah penelitian adalah ketersediaan sumber data. Sumber data dikelompokkan menjadi dua yaitu:

1. Sumber Data Primer

Data primer yaitu sumber data yang langsung dikumpulkan oleh penulis dan sumber pertamanya.

Terkait dengan penulisan ini , data primer di dapatkan dengan wawancara langsung kepada para informan penulisan.

2. Sumber Data Sekunder

Memperoleh data dalam bentuk yang sudah jadi (sudah tersedia) melalui publikasi dan informasi yan dikeluarkan diberbagai organisasi atau perusahaan, termasuk majalah jurnal. Data sekunder dapat digunakan ketika kita sulit untuk mendapatkan data primer dengan alasan tertentu. Data sekunder di dapat dari observasi dan dokumentasi, kliping, surat kabar, mengunjungi situs website, perusahaan serta buku penunjang penelitian.⁷³

⁷¹ Rosdy Ruslan, *Metode Penelitian Pulic Relations Dankomuniaksi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 215

⁷² Yasril Yaazid, DKK, *Metodologi Penelitian*, (Pekanbaru: Unri Press, 2009), hal.5

⁷³ *Ibid*, hal.30



Hak IptA Dilindungi Undang-Undang

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian.⁷⁴ Dalam penelitian ini penulis menggunakan Informan sebanyak 5 orang yang dianggap sebagai orang-orang yang paham terhadap keseluruhan aktivitas perusahaan dan sangat berpengaruh dalam Strategi Pengelola PT. Amanah Travel Pekanbaru. Informan yang dimaksud adalah 1. Orang Direktur PT. Amanah Travel yaitu Ustadz H. Nusapahiruddin Rambe, SPd,i satu (1) Orang Area Manager PT.Amanah Travel yaitu Riyan Hidayat SE. Satu orang (1) pembimbing ibadah PT.Amanah Travel yaitu Ustadz Abdullah Sani S.Ag. Bagian Staff Administrasi PT.Amanah Travel yaitu Winda. dan satu lagi Staff Pemasaran Anjani.

E. Teknik Pengumpulan

Teknik pengumpulan data mempunyai peranan yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan dalam mencapai suatu penelitian, dalam arti bahwa berhasil tidaknya suatu penelitian tergantung dari bentuk pengumpulan data yang dilakukan.⁷⁵ Adapun teknik yang digunakan sesuai dengan metode pengumpulan data yaitu :

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengganti secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.⁷⁶ Dalam hal ini, peneliti berpedoman kepada desain penelitiannya perlu mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati langsung berbagai hal atau kondisi yang ada dilapangan, metode ini penulis gunakan untuk memperoleh data tentang strategi PT. Amanah Travel Pekanbaru dalam meningkatkan minat jamaah haji dan umrah.

⁷⁴ Burhan Bunging, *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2007), hal.76

⁷⁵ Sugiono, *Op.Cit*, hal.197

⁷⁶ Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), hal.70

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

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

2. Wawancara

Wawancara atau interview adalah teknik pengumpulan data dimana pewawancara dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancara.⁷⁷

Dalam penelitian ini, proses interview (wawancara) dilakukan untuk mendapatkan data dari informan tentang strategi PT. Amanah Travel Pekanbaru dalam menarik minat jamaah haji dan umrah. Dalam hal ini peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada informan terkait dengan penelitian yang dilakukan. Sedangkan informan bertugas untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara. Meskipun demikian, informan berhak untuk tidak menjawab pertanyaan yang menurutnya privasi atau rahasia.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, dan sebagainya.⁷⁸ Dokumen dilakukan oleh penulis sebagai bukti telah melaksanakan wawancara dan observasi. Penulis memuat didokumentasi gambar, dan beberapa dokumentasi yang diberikan dari pihak PT. Amanah Travel Pekanbaru.

F. Validasi Data

Validasi data adalah derajat ketepatan data antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dalam penelitian kualitatif, teman atau dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.⁷⁹

Dalam penelitian ini untuk menjaga keabsahan data dan hasil penelitian kualitatif, maka digunakan uji validasi data dengan model uji kreabilitas data

⁷⁷ Sugiono, *Op. Cit*, hal.188

⁷⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2016), hal.231

⁷⁹ Sugiono, *Op.Cit*, hal.89

dengan menggunakan triangulasi data. Triangulasi dalam pengujian kreabilitas data diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu, dengan demikian terdapat triangulasi data sumber, triangulasi data teknik dan triangulasi data waktu, dengan demikian terdapat triangulasi data sumber, triangulasi data teknik dan triangulasi data waktu.⁸⁰ Triangulasi dilakukan oleh peneliti guna menentukan data yang benar-benar dipercaya dan valid triangulasi dilakukan dengan 3 cara, yaitu :

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kreabilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan kesimpulan.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kreabilitas data dilakukan dengan cara mengecek data sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Bila dengan tiga teknik pengujian kreabilitas data tersebut menghasilkan data-data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada narasumber yang bersangkutan atau yang lain memastikan data mana yang di anggap benar atau mungkin semuanya benar karna sudut pandangnya berbed-beda.

3. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kreabilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, dengan cara pengujian kreabilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Maka dilakukan secara berulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

⁸⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R Dan D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), hal.370

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan semuanya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁸¹

Teknik analisis data bertujuan untuk menganalisa data yang telah terkumpul dalam penelitian ini. Setelah data dari lapangan terkumpul dan disusun secara sistematis, maka langkah selanjutnya penulis akan menganalisa data tersebut. dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif dilakukan dengan cara interaktif dan berlangsung terus menerus yaitu analisis data model Miles Huberman yaitu :

1. Koleksi Data (Data Collection)

Koleksi data adalah pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis dan mengelola data tersebut. pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi yang dapat mendukung penelitian.

2. Eduksi Data (Data Reduction)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema serta polanya. Demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Dan mencari bila diperlukan. Jadi reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Bagi peneliti yang masih baru, dalam melakukan reduksi data dapat mendiskusikan pada teman atau orang lain yang dipandang ahli.

3. Kesimpulan atau verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisa data. Pada bagian ini penulis mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang

⁸¹ *Ibid*, hal.89

dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penulis dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penulisan tersebut. Tahapan-tahapan di atas bagi penulis tidak termasuk pada metode analisis data tetapi masuk pada strategi analisis data. Karena, metode sudah paten sedangkan strategi bisa dilakukan dengan keluwesan penulis dalam menggunakan strategi tersebut. Dengan demikian, kebiasaan penulis menggunakan metode analisis kualitatif menentukan kualitas analisis dan hasil penulisan kualitatif.

© 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.





BAB IV

GAMBARAN UMUM PT. AMANAH TRAVEL INDONESIA

A. Sejarah PT. Amanah Travel

Jadi sejarah singkat sedikit ini PT Amanah Travel berkantor Pusat di Medan atau Sumatera Utara didirikan tahun 2008 dan waktu pertama didirikan itu nama travelnya amanah travel Medan, amanah travel ini didirikan pada tahun 2008 berketepatan kantor pusatnya di Jalan Sisingamangaraja tepatnya di hotel Madani, karena berkebetulan owner kita atau pemilik amanah Travel Medan ini adalah owner atau pemilik Hotel Madani Syariah Medan maka kantor pusat kita berketepatan di hotel itu sendiri atau tepatnya di seberang masjid Raya Medan didirikan tahun 2008, mulai berdiri tahun 2008 tentunya sebagai perusahaan ada pasang surut lah istilahnya tentu banyak yang harus kita lalui atau yang harus kita lewati ada ujian tentunya ada tantangan, Seiring berjalannya waktu tahun 2017 amanah travel Medan ini pengembangan daerah ataupun ekspansi dia ke daerah Riau ini memulai 2017 kemudian Alhamdulillah setelah ada amanah travel di Riau ini 2018 itu kita usulkan ke owner supaya nama travel ini diganti karena bukan di Medan saja lagi keberadaan travel ini, jadi karena mengganti nama travel ini juga membutuhkan waktu Alhamdulillah tahun 2020 resmi Travel.

Amanah travel ini menjadi amanah Travel Indonesia, Jadi itulah sejarah singkat amanah Travel ini awalnya amanah Travel Medan tapi karena dia sudah pengembangan ke berbagai wilayah atau berbagai daerah akhirnya ada perubahan nama dari amanah Travel Medan berusia 10 tahun karena 2008 dibuka 2018 diajukan perubahan nama tepatnya di 2020 berubah nama menjadi amanah Travel Indonesia jadi itu sedikit sejarahnya Alhamdulillah untuk kondisi saat ini karena kita juga sudah berubah nama akhirnya kita juga terus pengembangan ke wilayah-wilayah ataupun ke provinsi-provinsi lain, untuk saat ini bukan lagi hanya di Medan dan Riau keberadaan amanah Travel Indonesia ini Tapi di Aceh sudah ada juga kemudian Sumatera Barat ada juga kemudian Jawa Barat dan insya Allah

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

waktu dekat ini kita akan membuka cabang atau membuka area di Sumatera Selatan atau di Palembang.

B. Visi dan Misi PT. Amanah Travel Indonesia

Visi

Menjadi perusahaan penyelenggara umroh dan haji plus atau haji furoda yang profesional yang mengutamakan keamanan dan kenyamanan dan kepuasan jamaah.

Misi

PT Amanah Travel Indonesia ini ada tiga misi :

1. Menciptakan perjalanan ibadah umroh dan haji plus ataupun furoda yang amanah dan dipercaya oleh masyarakat luas.
2. Memudahkan perjalanan umroh dan haji plus untuk kita umat Islam.
3. Menjadikan salah satu perusahaan yang memberangkatkan para hafiz Quran dan ulama-ulama beserta guru-guru agama terbaik di masyarakat kita.

C. Logo PT. Amanah Travel



Gambar 4.1 Logo PT. Amanah Travel

D. Keunggulan PT. Amanah TRAVEL

Tentu kita kalau bicara keunggulan, kalau dari pengalaman dan kita lihat di lapangan sesuai nama terapi kita ini amanah jadi keunggulan kita travel ini sangat amanah kalau kita Sampaikan ke masyarakat atau ke calon jamaah Hotel kita jaraknya 50 m ya Insya Allah itu tidak berubah tidak ada perubahan fasilitas yang didapatkan jamaah dari awal apa yang disampaikan jadi keunggulannya memang betul-betul kita amanah dan selain pelayanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

terbaik dari travel kita ini karena di Travel ini tim kita semua Alhamdulillah adalah tim yang sangat profesional yang sudah teruji dan itu bisa kita buktikan dengan jamaah yang berulang berangkat artinya karena jamaah merasakan pelayanan kita yang maksimal memang amanah jadi jamaah kita di sini itu sangat sering bukan hanya dua kali tapi berkali-kali berangkat terus dari travel kita ini itulah keunggulan kita keunggulan kita memang betul-betul amanah.

1. Manasik 5 kali pertemuan (3 kali manasik teori dan 2 kali manasik praktek lapangan.
2. Pembimbing yang berpengalaman, bersertifikat dan langsung dari indonesia
3. Bimbingan 24 jam di tanah suci
4. Umrah 3 kali (miqot di bir ali, tan'im dan ji'ronah
5. Pelayanan optimal
6. Kesempatan bermitra
7. Kegiatan rutin yang akan dilakukan ketika melaksanakan umrah antara lain :
 - a. Shalat sunat tahajjud, taubat, hajad, tasbih, dan shalat sunnah witr
 - b. Shalat subuh, baca zikir alma' surat, shalat sunnah syuruq dan tusiah
 - c. Shalat 5 waktu berjamaah
 - d. Sarapan, makan siang, makan malam
 - e. Ba'da ashar ke hijir ismail
 - f. Muhasabah, zikir dan membaca al-qur'an
8. Menjaga silaturrahi kepada jamaah umrah yaitu mengadakan tabligh akbar setiap bulannya.

E. Legalitas PT. Amanah Travel

Terkait legalitas kita tentu dengan umur perusahaan yang sudah puluhan tahun kalau legalitasnya kalau tidak lengkap ini perusahaan sudah tutup legalitas kita lengkap semua mulai dari tingkat bawah sampai Pusat Apa yang dibutuhkan untuk legalitas perusahaan mulai dari domisili di kelurahan kemudian Kabupaten dari kemenag-nya dari provinsi kanwilnya dari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Kementerian Agama dari Kementerian Hukum dan HAM semua kita lengkap legalitas kita artinya untuk legalitas perusahaan tidak perlu kita ragukan lagi memang semuanya sudah lengkap perizinan semua itu sudah kita lengkapi itu dari tadi mulai tingkat bawah sampai tingkat pusat.

Nama perusahaan : PT.Amanah Travel Indonesia
Pemilik : H. Deni Masri, SE.
Alamat Lengkap : JL. Paus No.127,Kec. Marpoyan Damai
Kabupaten/Kota : Pekanbaru
Provinsi : Riau
No Telpon : 0813 7584 5023/082374672831
Email : Amanahumrah_Pku@yahoo.com
Bidang Usaha : Perjalanan Wisata
No Sk : No U.427 Tahun 2021 (No U.67 tahun 2020)
Tanggal Sk : 30-08-2021
Akreditasi : B
Tanggal Akreditasi : 20-09-2020

F. Tujuan PT. Amanah Travel

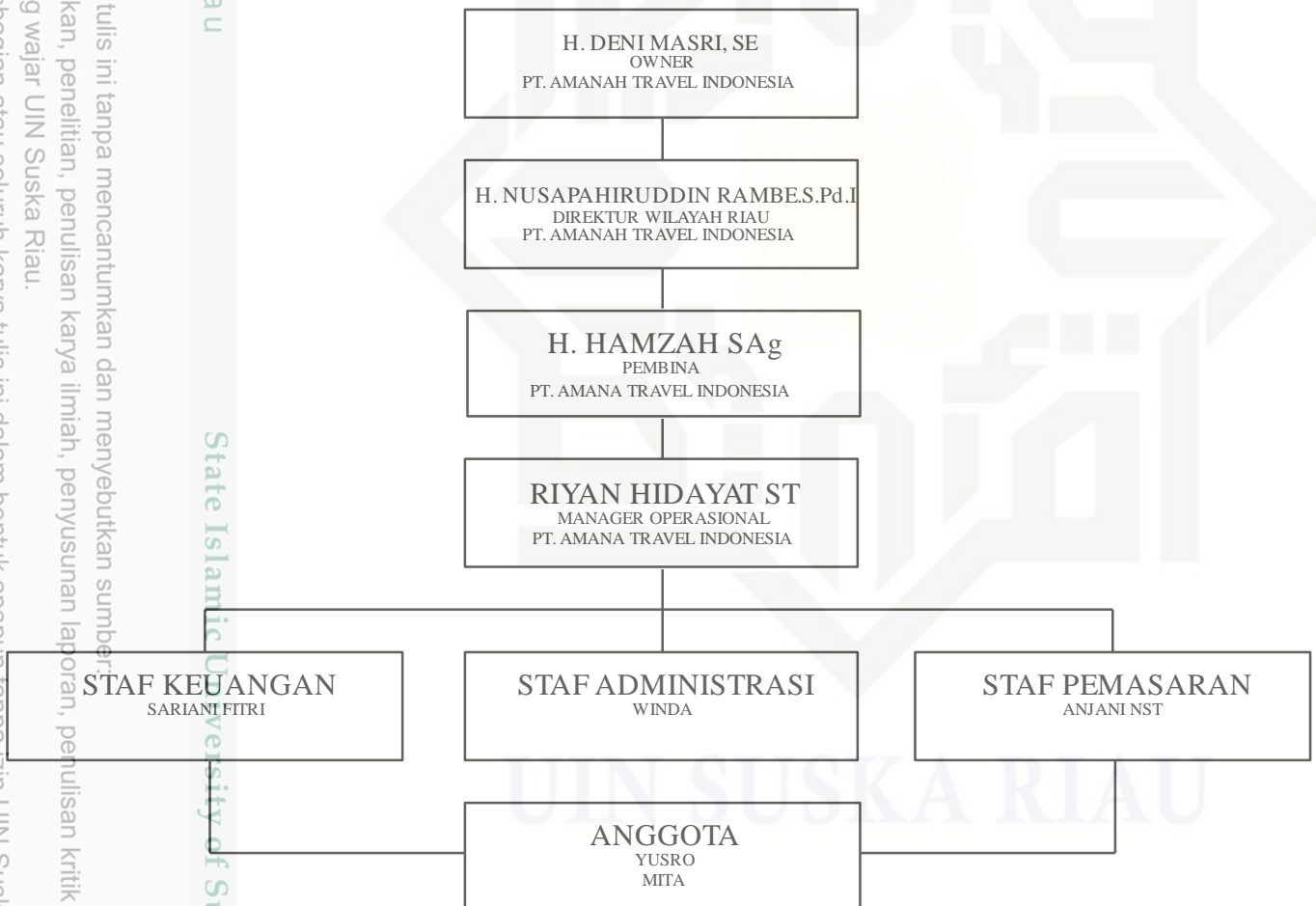
Tujuan biro atau travel ini kita dirikan tentu untuk memudahkan masyarakat kita khususnya saudara-saudara kita yang beragama Islam tentunya memudahkan mereka untuk bisa melaksanakan ibadah ke tanah suci haram baik ibadah umroh maupun ibadah haji, jadi tujuan utama kita adalah menjembatani memudahkan calon jamaah jamaah yang ingin beribadah di tanah suci haram baik haji maupun umroh.

1. Memberikan kualitas pelayanan prima untuk mencapai kemabruran ibadah
2. Mengajak masyarakat dengan mudah ke baitullah
3. Mengutamakan pelayanan dan kepuasan kepada jamaah haji dan umrah
4. Menjadikan jamaah seperti keluarga dalam menjalankan ibadah ke baitullah dengan mempererat silaturahmi.

G. Struktur Organisasi PT.Amanah Travel

Struktur organisasi sangat penting dan sangat berperan demi suksesnya kegiatan-kegiatan pada suatu perusahaan. Agar kegiatan yang ada di dalam perusahaan lebih terarah. Selain itu, struktur organisasi juga diperlukan agar pembagian kegiatan tugas sesuai dengan kedudukan dan kemampuan masing-masing anggotanya.

Struktur organisasi yang baik yaitu dengan menempatkan yang tepat dan memiliki kompetensi, dan terkontrol sehingga apabila terjadi persoalan akan dapat segera diselesaikan secepat mungkin. Adapun struktur yang terdapat pada kantor PT. Amanah Travel terdiri dari:



Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT.Amanah Travel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.
 - 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

Direktur

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

1. Manager Operasional

- a. Pengurusan legalitas perusahaan.
- b. Pembuat izin perusahaan.
- c. Menyiapkan seat umrah dan haji.

2. Administrasi

- a. Surat menyurat.
- b. Penerimaan pendaftaran jamaah
- c. Membuat program perjalanan ibadah umrah.
- d. Menguasai informasi produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
- e. Memberikan informasi kepada calon jamaah

3. Ticketing

- a. Bertanggung jawab memberikan informasi mengenai data jamaah kepada maskapai penerbangan terkait.
- b. Bertanggung jawab memberikan informasi perubahan jadwal penerbangan kepada jamaah
- c. Bertanggung jawab dalam kegiatan mengeluarkan tiket atau mencetak tiket kepada jamaah.
- d. Bertanggung jawab menyelesaikan kesalahan informasi data jamaah ke maskapai penerbangan terkait.

H. Sarana dan Prasarana PT. Amanah Travel

1. Fasilitas jamaah
 - a. Tiket pesawat
 - b. Visa
 - c. Zam-zam

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

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- d. Perlengkapan haji
 - e. Hotel berbintang 3 dan 4 sesuai harga paket dan dengan lokasi dekat masjid
 - f. Jenis makanan versi indonesia makan 3 kali sehari
 - g. Transfortasi dan udara
 - h. Muthowif berpengalaman dan udah mendapatkan sertifikasi yang melakukan bimbingan kepada jamaah
 - i. Manasik 5 kali pertemuan (3 kali manasik teori dan 2 kali manasik praktek lapangan) yang telah ditentukan dari pihak kantor PT. Amanah Travel Pekanbaru.
2. Perlengkapan Jamaah Haji
 - a. Koper
 - b. Kain ihram bagi laki-laki
 - c. Kain ihram bagi perempuan
 - d. Baju seragam (batik khas Amanah Travel)
 - e. Ikat pinggang
 - f. Sall
 - g. Tas paspor
 - h. Buku panduan manasik
 3. Alur pendaftaran ibadah haji
 - a. Registrasi (pendaftaran, penyerahan Dp, penyerahan perlengkapan awal)
 - b. Manasik teori dan praktek 7 kali mulai dari tanah air sampai di tanah suci makkah
 - c. Mengisi formulir pendaftaran
 - d. Foto copy ktp dan kk
 - e. Pas foto 3x4 dan 4x6
 - f. Foto copy buku nikah bagi suami istri

Biaya tidak termasuk

 - a. Suntik vaksin menginitis
 - b. Biaya kelebihan bagasi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

4. Program haji dan umrah di PT. Amanah Travel
 - a. Program haji khusus dan Haji Plus : yaitu haji percepatan dan haji khusus jamaah dalam melaksanakan ibadah haji selama 26 hari dan para jamaah melaksanakan arbain di masjid nabawi madinah arab saudi. Harga : USD.17.500 USD. 12.500
 - b. Program umrah reguler : kegiatan ibadah umrah yang dilakukan dengan tujuan jakarta-madinah-makkah, adapun pelaksanaannya dilakukan selama paket umrah reguler 11 hari dan paket umrah sa'ban.

I. Prasarana PT.Amanah Travel

Sebagaimana layaknya memang satu biro perjalanan umroh dia harus memiliki sarana dan prasarana maka tentu kita memiliki kantor area yang ada di Jalan Paus ini sendiri Kantor Pusat di Medan dan kantor-kantor cabang di hampir semua kabupaten kota di provinsi Riau khususnya Sumatera Utara dan Sumatera Barat, kalau prasarana kita Alhamdulillah dibantu kita dengan mobil operasional kemudian juga tim ini kita Anggaplah juga termasuk prasarana karena tim kita ini nanti akan membantu calon jamaah ini semua dalam pengurusan administrasi baik mengurus paspor begitu juga nanti mengurus vaksin Apakah itu vaksin covid ataupun vaksin magitis jadi Alhamdulillah kalau sarana dan prasarana selain kantor kemudian mobil operasional tentu peralatan kantor Alhamdulillah lengkap semua CCTV ada kemudian alat-alat komputer kita untuk membantu kerja admin kita semua Alhamdulillah sarana cukup lengkap lah bahkan kantor kita ini memiliki sarana tempat manasik di lantai 2, ada tempat manasik yang sebahagian kadang memang travel itu tidak memiliki tempat manasik tapi kalau kita ada sarana tempat manasik yang mana manasik ini juga sangat diaktifkan rutin dia Hampir setiap minggu di kantor sendiri.

Fasilitas dan perlengkapan

No	Jenis	Jumlah
1	Ac	2
2	Tv	2
3	Komputer	2
4	Laptop	2
5	Infokus	1
6	Brankas	1
7	Printer	2
8	Cctv	6
9	Kursi kerja	8
10	Meja	3
11	Sofa tamu	2 seat
12	Dispenser	1
13	Lemari	5
14	Mobil	1
15	Mushalla	1
16	Kurma, zam-zam	Banyak
17	Speaker	1
18	Kamar mandi	2
19	Kain ihram	Banyak

J. Strategi PT.Amanah Travel

Jadi ini kan biro perjalanan haji dan umroh memang betul-betul mengutamakan jasa dan pelayanan. jadi kita alhamdulillah ada tim atau kawan-kawan yang betul-betul siap mensiarkan atau menyampaikan kemasyarakatan, tentu yang pertama kita nanti dalam berdakwah bersiap menyampaikan kelebihan ke jamaah dari ibadah haji plus lah khususnya kita sampaikan keutamaan-keutamaan kalau kita mampu sanggup melaksanakan haji plus namun, Di sini perlu strategi ataupun perlu kiat-kiat lah bagaimana agar nanti masyarakat tertarik dengan travel kita ini agar mereka bisa memilih terampil kita ini ketika mereka berangkat haji plus jadi kita selama ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta 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.

sebenarnya simpel saja sih tetap kita meyakinkan masyarakat tetap kita meyakinkan calon jamaah .bahwa Travel kita ini travel yang sangat amanah apabila umpamanya nanti jamaah ini tidak diberangkatkan sesuai waktu yang sudah ditentukan itu kita travel memang di awal pasti kita membuat surat perjanjian itu, duit itu kita kembalikan 100% jadi sehingga jamaah ini tidak ragu-ragu. jadi itu yang membuat kita juga masyarakat memang setiap tahun itu ,ada yang mendaftar untuk haji plus dari travel kita ini. jadi kita kasih jaminan kita kasih komitmen yang betul-betul ditandatangani kedua belah pihak antara pihak travel dan Jamaah itu sendiri. apabila jamaah tidak berangkat duit kita kembalikan 100% selain memang harga kita harga bersaing lah jadi selain harga itu memang yang kita sampaikan ke calon jamaah Travel kita ini travel yang amanah .apabila Bapak Ibu tidak berangkat uang kita kembalikan 100% itulah strategi yang paling kita jual di lapangan Sampai sekarang masih berlaku.

K. Pelayanan atau Jasa Yang di Tawarkan PT. Amanah Travel

Kalau untuk pelayanan sendiri Kita betul-betul mengutamakan kepuasan dari Jamaah dalam pelayanan kita artinya ini kan untuk berangkat umroh ini memang ada dia alurnya ada fase-fasenya mulai dari pemberkasan sampai dengan keberangkatan jadi Untuk pemberkasan sendiri itu sudah betul-betul kita bantu jamaah karena banyak Nanti data dari Jamaah ini berkasnya dari Jamaah ini yang kurang lengkap jadi contoh nanti kalau jamaah ini sampai tidak ada kartu keluarganya Ya udah kita bantu sampai ke Gus cabik untuk mengeluarkan supaya ada kartu keluarga dari Jamaah ini begitu tujuan dengan akte kelahiran, tapi Untuk pemberkasan jamaah ini bisa nanti seperti akte kelahiran atau kartu keluarga maka dari awal saja itu kita sudah bantu Jadi kemudian nanti ke atasnya dia sudah harus ada rekomendasi dari Kemenag untuk mengurus paspor jadi yang mengurus rekomendasi itu pun kita juga dari travel karena banyak Travel Jamaah itu sendiri yang mengurus ke Kemenag kalau kita tidak hampir kita boleh katakan tidak pernah itu jamaah yang mengurus Kemenag rekom ke Kemenag untuk mengurus paspor tapi PT

Amanah kita pihak amanah sampai nanti juga ke migrasi, ke migrasi biasanya jamaah ini kita antar jemput di daerah nanti kita jemput kemudian nanti selesai di migrasi juga semua juga kita bantu semua setelah selesai ya udah baru kita antar lagi ke rumahnya sampai juga nanti di keberangkatan seperti itu juga kita betul-betul melayani jamaah ini

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian tentang Strategi Pengelola PT.Amanah Travel Indonesia di Pekanbaru dalam meningkatkan minat calon jamaah haji plus , berdasarkan hasil dan penelitian. PT. Amanah Travel Indonesia merupakan salah satu biro perjalanan ibadah haji dan umrah yang berpartisipasi membantu pemerintah dalam hal penyelenggaraan ibadah haji plus dengan memberikan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan bimbingan ibadah haji plus.

Dari data yang penulis lakukan PT.Amanah Travel Indonesia Kota Pekanbaru adalah travel yang memiliki peluang besar untuk dapat berkembang sehingga dapat kemajuan dengan maksimal dengan Strategi-Strategi yang dilakukan untuk menarik minat calon jamaah haji plus yang datang atau menggunakan jasa biro perjalanan haji milik PT.Amanah Travel Indonesia. Beberapa strategi yang diterapkan adalah strategi Program, Strategi Pemasaran (Harga dan Promosi), Strategi Pelayanan, dan Strategi Kerja Sama. Terlepas dari itu sebagai perusahaan yang belum lama berdiri dan bergerak di bidang travel, disini sudah menunjukkan eksistensi nya sebagai penyelenggara ibadah haji plus di bandingkan dengan perusahaan yang sudah bertahu-tahun bergerak.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian di PT. Amanah Travel Indonesia kota Pekanbaru. Adapun saran-saran yang penulis berikan kepada PT. Amanah Travel.

1. Mempertahankan hubungan yang harmonis serta meningkatkan lagi loyalitas sehingga semakin terjalinnya kerja sama yang baik.
2. Di sarankan kepada pengelola PT. Amanah Travel agar lebih meningkatkan lagi kegiatan promosi untuk kedepannya.



3. Disarankan juga kepada pengelola PT. Amanah Travel tetap menjaga hubungan baik dengan para jamaah alumni yang pernah menggunakan layanan jasa yang disediakan oleh PT. Amanah Travel.
4. Bagi pihak pembaca dan penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat dijadikan bahan atau referensi dalam pengembangan keilmuan untuk penelitian selanjutnya mengenai strategi dalam menarik minat calon jamaah haji plus.
5. Hendaknya PT. Amanah Travel lebih memperluas lagi pembukaan kantor cabang diberbagai provinsi yang ada di Indonesia, mengingat saat sekarang ini banyak masyarakat yang berbondong-bondong ingin menunaikan ibadah umrah.

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

- Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan Edisi Pertama* (Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama, 2016)
- Burhan Bunging, *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2007)
- Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007)
- Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya*, (Jakarta: Indiva Media Kreasi, 2009)
- Departemen Pendidikan Kebudayaan, *Kamus Besar Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2000)
- Didin Hafiduddin, *The Power Of Optimism*, (Jakarta: Pustaka Al-Kausar, 2013)
- Doni Hendro, *Strategi Yayasan Yatim Piatu Miftahul Ulum Way Halim Permai Dalam Pembinaan Kemandirian Anak Asuh*, Skripsi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung, 2008
- Freddy Rangkyu, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2016)
- Husein Umar, *Strategi Managemen In Action Konsep, Teori, Dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategis Business Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Poeter Fread R. David dan Wheeln Hunger*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008)
- Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Bandung: Erlangga, 2012)
- Jajuk Herawati dan Sunarto, *Msdm Strategik*, (Yogyakarta: Amus, 2004)
- Lexiy J. Meong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017)
- Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005)
- Nogarsyah Metode, *Haji dan Umrah*, (Jakarta: Pustaka Ainun, 2009)
- Peter Salim, Yenni Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta: Modern English Press, 2002)

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

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- Pupu Seful Rahmat, *Strategi Belajar Mengajar*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019)
- Rafiuddin dan Maman Abdul Djaelani, *Prinsip-prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2005)
- Rosdy Ruslan, *Metode Penelitian Pulic Relations Dankomuniaksi*, (Jakarta: PT. Raja Gravindo Persada, 2013)
- Salusu, Pengambilan Keputusan Stratejik: *Organisasi Publik Dan Organisasi Non Profit*, (Jakarta: Grasindo, 2006)
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R Dan D*, (Bandung: Alfabeta, 2019)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2016)
- Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif* , (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012)
- Willy Abdilla, *Sistem Tata Kelola Informasi*, (Yogyakarta, Andi, 2010)
- Yasril Yaazid, DKK, *Metodologi Penelitian*, (Pekanbaru: Unri Press, 2009)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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 JAMAAH HAJI PLUS PT. AMANAH TRAVEL KOTA PEKANBARU MASUK KOTA KEBERANGKATAN TAHUN 2018-2019

No	No. Porsi	Nama Jamaah Haji	Alamat	Kelurahan
1.	2000018599	Aminuddin	Jln. Suka Karya Gg Gembira	Tuah Karya
2.	2000018600	Nurija	Garuda Sakti Km 3, Jln. Gg Selendit	Simpang Baru
3.	2000018667	Masdalifah	Jln. Cipta Karya Gg Limbat	Sialang Munggu
4.	2000025022	Sayuti	Jln. Sm Amin Gg Gerbang Unri	Tabek Gadang
5.	2000032105	Rifka Saputri	Jln. Suka Karya Gg Gembira	Tuah Karya
6.	2000026639	Ummi Zahra	Jln. Melur, Gg Plamboyan 1	Sidomulyo Barat
7.	2000037677	Ridho	Jln.Suka Karya, Gg. Gembira	Tuah Karya
8.	2000040382	Mhd Syaefullah	Jln Sm Amin, Gg. Gerbang Unri	Tabek Gadang
9.	2000041031	Insan	Garuda Sakti Km 3 Gg Selendit	Simpang Baru
10.	2000041138	Rosul	Jln. Cipta Karya, Gg Limbat	Sialang Munggu
11.	2000041669	Annisaa	Jln. Melur, Gg Plamboyan 1	Sidomulyo Barat
12.	2000041843	Basyirun	Jln. Riau Ujung , Gg. Karya Agung No.8	Air Hitam
13.	2000041982	Ahmad Syarif	Jln Nangka	Tangkerang Riau
14.	2000041984	Liana	Jln. Riau Ujung, Gg Karya Agung No.8	Air Hitam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

15.	2000042192	Almaidah	Jln. Cipta Karya Gg Limbat	Sialang Munggu
16.	2000042301	M. Padli Ashari	Jln. Suka Karya Gg Gembira	Tuah Karya
17.	2000042408	Pamusuk	Jln. Riau Ujung, Gg Karya Agung No 8	Air Hitam
18.	2000042562	Zul Fikar	Jln Sm Amin Gg. Gerbang Unri	Tabek Gadang
19.	2000042690	Holilah	Jln. Ciptakarya Gg.Limbat	Sialang Munggyu
20.	2000042770	Lili Khodniar	Jln. Melur, Plamboyan 1	Sidomulyo Barat

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

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

DOKUMENTASI



Gambar 1. Kantor PT. Amanah Travel Area Riau tampak dari luar.



Gambar 2. Kantor PT. Amanah Travel Area Riau tampak dari dalam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Gambar 3. Perlengkapan yang didapat oleh calon jamaah ketika mendaftar.



Gambar 4. Wawancara dengan H. Nusapahiruddin selaku direktur PT. Amanah Travel.

© 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.



Gambar 5. Brosur umrah dan haji plus PT. Amanah Travel



Gambar 6. Pelaksanaan bimbingan manasik di kantor PT. Amanah Travel.



Gambar 7. Kegiatan manasik praktek yang dilakukan 1 minggu sebelum keberangkatan di Asrama Haji Pekanbaru



Gambar 8. Tim Manajemen kantor dan Tim handling di bandara.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

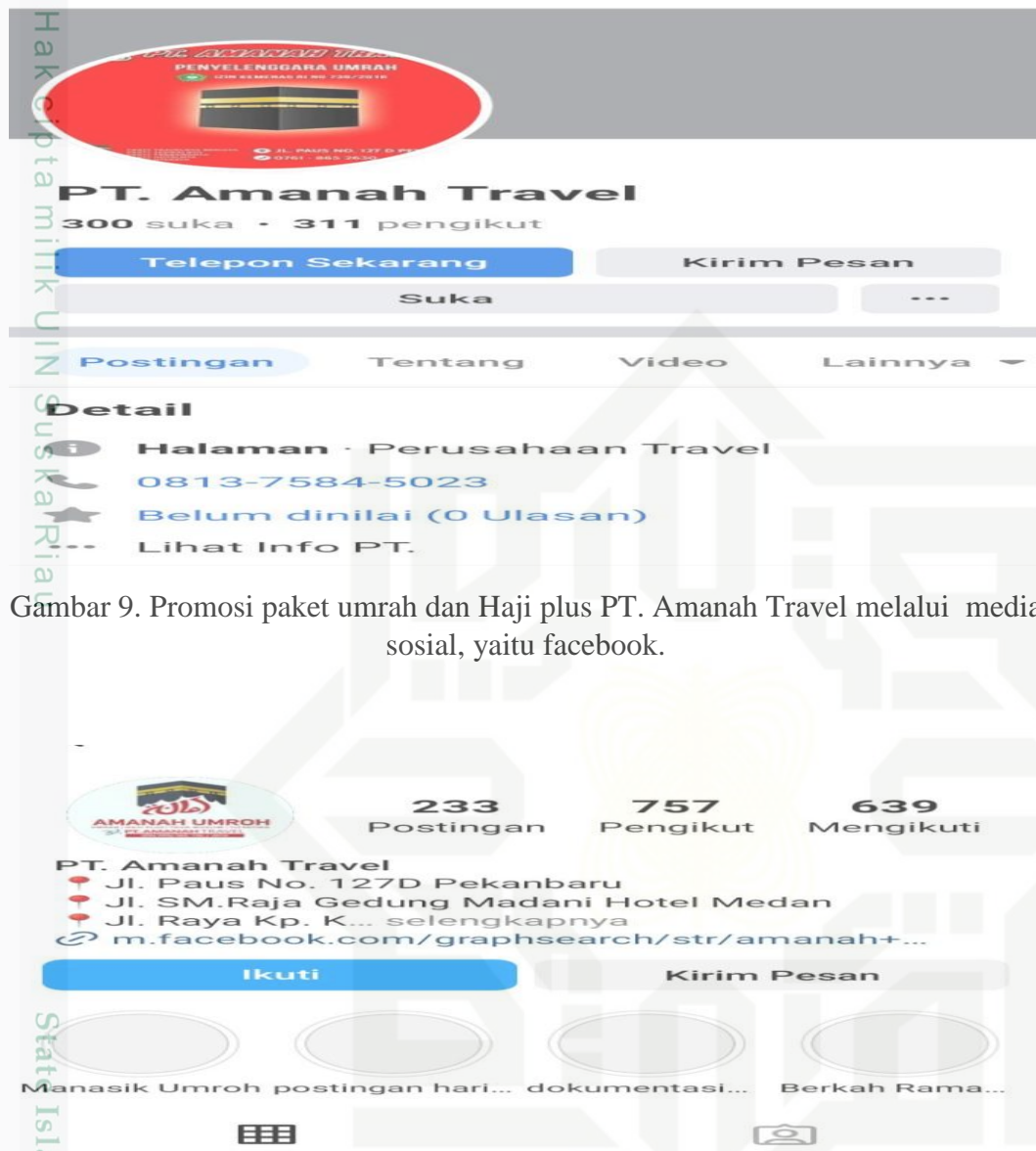
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

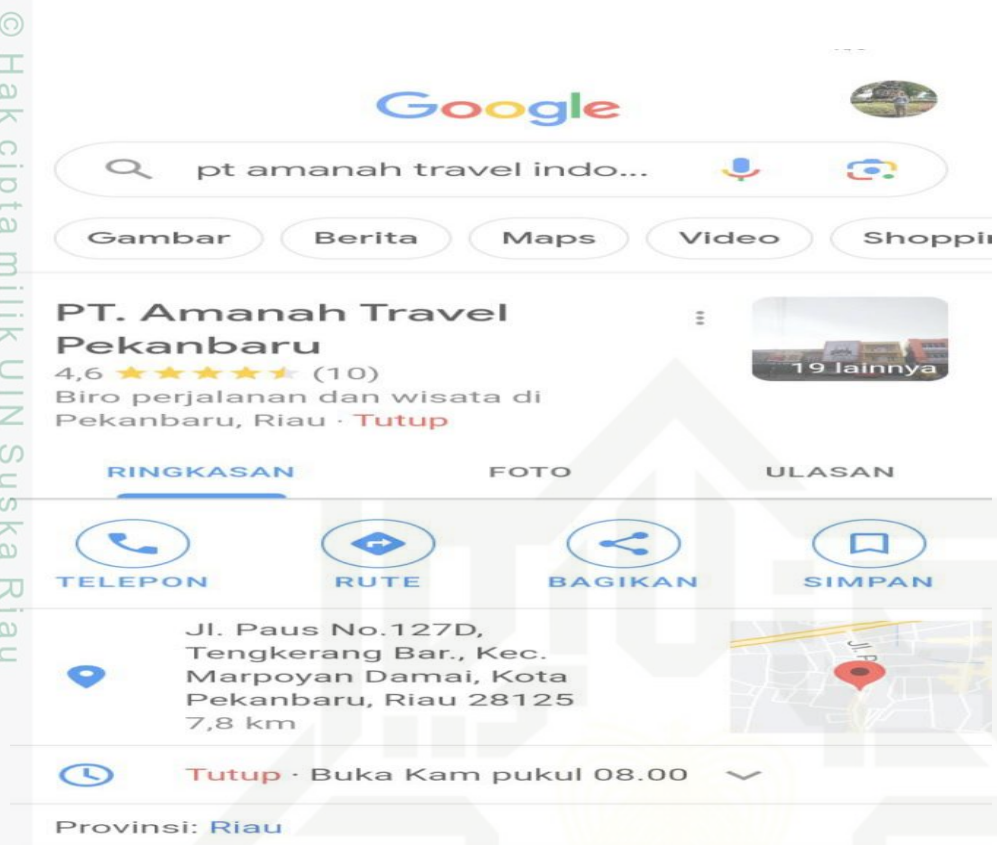
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Gambar 9. Promosi paket umrah dan Haji plus PT. Amanah Travel melalui media sosial, yaitu facebook.

Gambar 10. Promosi paket umrah PT. Amanah Travel melalui media sosial, yaitu Instagram.



Gambar 11. Website resmi PT. Amanah Travel untuk mengetahui seputar perusahaan sekaligus sebagai tempat 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.