

**STRATEGI PEMASARAN PAKET UMRAH PT. RIAU
WISATA HATI CABANG AIRTIRIS DALAM MENARIK
MINAT CALON JAMA'AH**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Oleh:

SYILVI MAWARNI
NIM. 12040424517

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2024**



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

Jln. H.R. Soebrantas KM. 15 No. 155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani - Pekanbaru 28298 PO Box. 1004
Telepon (0761) 562051; Faksimili (0761) 562052
Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id>, E-mail: fdk@uin-suska.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Strategi Pemasaran Paket Umrah PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris Dalam Menarik Minat Calon Jama'ah** yang ditulis oleh:

Nama : Syilvi Mawarni
NIM : 12040424517
Prodi : Manajemen Dakwah

telah dipertahankan dalam sidang munaqasyah/skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 29 Februari 2024

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

Pekanbaru, 7 Maret 2024

Tim Penguji

Sekretaris/Penguji 2

Ketua/Penguji 1

Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

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

Penguji 3

Penguji 4

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

Rafdeadi, S.Sos.I., M.A
NIP. 19821225 201101 1 011

Mengetahui
Dekan,



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumber:
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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

**STRATEGI PEMASARAN PAKET UMRAH PT. RIAU WISATA HATI CABANG
AIRTIRIS DALAM MENARIK MINAT CALON JAMA'AH**

Disusun oleh;

Sylvi Mawarni
NIM. 12040424517

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal:
18 Januari 2024

Pekanbaru, 22 Januari 2024
Pembimbing,



Khairuddin, M. Ag
NIP. 19720817 200910 1 002

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah



Khairuddin, M. Ag
NIP. 19720817 200910 1 002

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama
NIM
: Syilvi Mawarni
: 12040424517

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **Strategi Pemasaran Paket Umrah Pt. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris Dalam Menarik Minat Calon Jama'ah** adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini

Pekanbaru, 22 Januari 2024
Yang membuat pernyataan,



Syilvi Mawarni
NIM. 12040424517

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



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

كلية الدعوة و الاتصال

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

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Yang bertandatangan di bawah ini selaku penguji I dan II pada seminar proposal dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : **Sylvi Mawarni**
 NIM : 12040424517
 Judul : Strategi Pemasaran Paket Umrah PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris dalam Menarik Minat Calon Jama'ah

Telah diseminarkan pada:

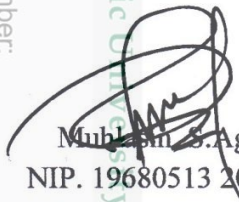
Hari : Jum'at
 Tanggal : 09 Juni 2023

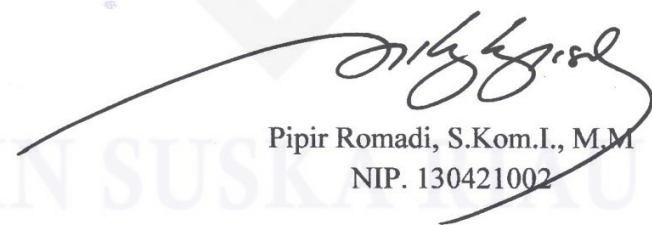
Dan dinyatakan layak, memenuhi segala ketentuan untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai syarat mencapai gelar sarjana strata satu (S1) Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 09 Juni 2023
 Penguji Seminar Proposal,

Penguji I

Penguji II


 Mublis M. Ag., M.Pd.I
 NIP. 19680513 200501 1 009


 Pipir Romadi, S.Kom.I., M.M
 NIP. 130421002

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

UIN SUSKA RIAU
 a. Fungsinya hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

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.

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

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

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan proposal skripsi sebagaimana mestinya terhadap Saudara :

Nama : Syilvi Mawarni
NIM : 12040424517
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Paket Umrah Pt. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris Dalam Menarik Minat Calon Jama'ah

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 Munaqasyah 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, 22 Januari 2024

Pembimbing,



Khairudin, M. Ag

NIP. 197208 17200910 1 002

Ketua Program Studi Manajemen Dakwah



Khairudin, M. Ag

NIP. 197208 17200910 1 002

ABSTRAK

Nama : Syilvi Mawarni

Prodi : Manajemen Dakwah

Judul : Strategi Pemasaran Paket Umrah PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris Dalam Menarik Minat Calon Jama'ah

Penelitian ini dilatar belakangi dengan jumlah jama'ah umrah yang meningkat dari tahun ke tahun dengan niat meningkatkan amal kebaikan, mendekatkan diri kepada Allah dan melaksanakan sunnah sebagai umat muslim. Oleh karena itu, banyak travel perjalanan yang menawarkan keunggulannya kepada masyarakat sehingga dapat menimbulkan persaingan. PT. Riau Wisata Hati merupakan salah satu perusahaan yang berdiri untuk melayani jasa perjalanan, dimana banyaknya permintaan pasar untuk melaksanakan ibadah umrah. PT. Riau Wisata Hati harus mampu untuk menarik calon jama'ah dan mempertahankan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan jasa travelnya dalam melaksanakan ibadah umrah. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran Paket Umrah PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris dalam menarik minat calon Jama'ah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran paket umrah dalam menarik minat calon jama'ah di PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Informan penelitian ini adalah pihak PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris sebanyak 3 orang dan 2 orang jama'ah PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris. Sumber data penelitian ini diperoleh dari data primer berupa pertanyaan tertulis yang dilakukan menggunakan lisan dengan metode wawancara. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris dalam meningkatkan minat calon jama'ah dengan menggunakan cara promosi di semua media sosial dan berinteraksi langsung ke masyarakat untuk menyampaikan informasi mengenai PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris. Selain itu juga menyebarkan brosur ke masjid – masjid dan pemasangan spanduk di pinggir jalan.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Paket Umrah, Minat Calon Jama'ah

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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 : Syilvi Mawarni
Study Program : Da'wah Management
Title : **Marketing Strategy for PT Umrah Packages. Riau Hati Tourism Airtiris Branch in Attracting the Interest of Prospective Congregants**

This research is motivated by the number of Umrah pilgrims is increasing from year to year with the intention of increasing good deeds, getting closer to Allah and implementing the Sunnah as Muslims. Therefore, many travel agencies offer their advantages to the public so that they can create competition. PT. Riau Wisata Hati is one of the companies that was established to provide travel services, where there is a large market demand for carrying out the Umrah pilgrimage. PT. Riau Wisata Hati must be able to attract prospective pilgrims and maintain public trust in using its travel services to carry out the Umrah pilgrimage. The problem in this research is how to market PT Umrah Packages. Riau Wisata Hati Airtiris branch in attracting the interest of prospective pilgrims. The purpose of this research is to determine the marketing strategy for Umrah packages to attract the interest of prospective pilgrims at PT. Riau Wisata Hati Airtiris branch. This research uses a qualitative approach. The informant for this research is PT. Riau Wisata Hati Airtiris branch as many as 3 people and 2 PT congregation members. Riau Wisata Hati Airtiris branch. The data source for this research was obtained from primary data in the form of written questions conducted verbally using the interview method. Data collection techniques in this research are observation, interviews and documentation. The results of this research are PT. Riau Wisata Hati, Airtiris branch, is increasing the interest of potential pilgrims by using promotional methods on all social media and interacting directly to the public to convey information about PT. Riau Wisata Hati, Airtiris branch. Apart from that, they also distributed brochures to mosques and put up banners on the roadside.

Keywords: *Marketing Strategy, Umrah Packages, Interest of Prospective Pilgrims*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau. Selesaiannya penulisan skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Paket Umrah PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris Dalam Menarik Mkinat Calon Jama’ah” Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak-pihak yang telah bersedia membantu dalam penulisan selama ini. Terutama kepada kedua orang tua penulis, Ayahanda tercinta Roza Irwanto dan Ibunda tercinta Rosdaneli yang telah memberikan dukungan baik materi, moral, serta doa yang tulus selama hidup dan menempuh pendidikan. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan secara khusus ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag.
2. Bapak Prof. Imron Rosidi, S.Pd., MA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag. Dr. Toni Hartono, S.Ag., M.Si dan Dr. Drs. H. Arwan, M.Ag. selaku Wakil Dekan I, II, III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Khairuddin, M.Ag selaku Ketua Prodi Manajemen Dakwah sekaligus Pembimbing . Terima kasih atas dukungan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir bimbingan sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen serta pegawai Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim Riau.
6. Staf di Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan yang baik dan kemudahan dalam administrasi.
7. Bapak Heppy Putra, Ibuk Eva Masita dan Kakak Ayu Sri Afriani selaku pihak PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris serta Ibuk Daslaini dan Ibuk Reti Erfina selaku jama’ah PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris, yang sudah memberikan kemudahan kepada penulis dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan oleh penulis untuk menyelesaikan 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.

8. Abang Rahul Afriansyah dan adik Rani Aprelia Elza yang selalu memberikan dukungan, semangat yang tiada henti dan yang mengurus serta membantu segala sesuatu dari awal masuk kuliah hingga saat ini.
9. Teman Seperjuangan Lokal F yang senantiasa memberi semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan semangat dan motivasi. Terima kasih semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua.
11. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri yang telah mampu berusaha keras, semangat berjuang dan bertahan sampai saat ini. Mampu mengendalikan diri dalam berbagai keadaan agar tidak putus asa. Terima kasih Syilvi selalu kuat dalam segala keadaan, sudah hebat menyelesaikannya yang terkadang ingin menyerah tapi kenyataannya selalu diselesaikan.

Akhir kata, saya berharap semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi penulis, maupun bagi pembaca untuk pengembangan ilmu pengetahuan Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Kritik dan saran yang membangun diharapkan dapat memperbaiki laporan ini menjadi lebih baik, silahkan kirim kritik melalui email penulis 12040424517@students.uin-suska.ac.id sehingga dapat menjadi acuan dalam pembuatan skripsi yang lebih baik selanjutnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Pekanbaru, 15 Januari 2024

Penulis

SYILVI MAWARNI

NIM. 12040424517



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	1
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Istilah	2
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3
1.5 Sistematika Penulisan	3
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR.....	5
2.1 Kajian Terdahulu	5
2.3 Kerangka Pemikiran	14
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	15
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	15
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
3.3 Sumber Data Penelitian	15
3.4 Informan Penelitian	16
3.5 Teknik Pengumpulan Data	16
3.6 Validitas Data	17
3.7 Teknik Analisis Data	17
BAB IV GAMBARAN UMUM PT. RIAU WISATA HATI CABANG AIRTIRIS.....	19
4.1 Sejarah Perusahaan	19
4.2 Identitasl Perusahaan	20
4.3 Visi dan Misi Perusahaan	20
4.4 Struktur Organisasi PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris	21
4.5 Persyaratan Umrah dan Bank Pembayaran PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris.....	22
4.6 Paket Umrah PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris	23
4.7 Perkembangan Jumlah Jama'ah PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris.....	27
4.8 Program PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris	27
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
5.1 Hasil Penelitian	28
5.2 Pembahasan	60

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	69
	6.1 Kesimpulan	69
	6.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Kajian Terdahulu	5
Tabel 4.7. 1	Jumlah Jama'ah PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris.....	27



- 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 GAMBAR

Gambar 1 Produk Paket Flash Sale Umrah Hemat 11 Hari	30
Gambar 2 Produk Paket Umrah 11 Hari Super Promo	30
Gambar 3 Produk Umrah Andalan Paket 11 Hari.....	31
Gambar 4 Produk Paket Umrah 12 Hari Andalan 2x Shalat Jumat	31
Gambar 5 Manasik Umrah sebagai Pemanfaatan Produk.....	32
Gambar 6 Harga Paket Umrah Business Class	38
Gambar 7 Harga Paket Umrah Ekonomis.....	38
Gambar 8 Promosi dengan Spanduk di Pinggir Jalan.....	42
Gambar 9 Promosi Melalui Facebook.....	42
Gambar 10 Promosi Melalui Instagram	43
Gambar 11 Tempat sebagai Strategi Pemasaran.....	47
Gambar 12 Sumber Daya Manusia Ketika Menjelaskan Paket Umrah	51
Gambar 13 Tampilan Fisik Koper Untuk Jama'ah	57
Gambar 14 Tampilan Fisik Kain Untuk Jama'ah	57
Gambar 15 Tampilan Fisik Sebagai Bukti Nyata	58

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap umat muslim pastinya menginginkan berkunjung ke tanah suci untuk menjadi tamunya Allah. Indonesia merupakan mayoritas penduduk muslim, sehingga minat umat muslim Indonesia untuk melaksanakan ibadah umrah sangat tinggi. Banyaknya calon jama'ah umrah yang mendaftarkan diri untuk beribadah ke tanah suci. Karena dalam pelaksanaan ibadah umrah waktunya tidak ditentukan kecuali pada bulan Dzulhijjah dan tidak harus menunggu antrian yang lama untuk berkunjung ke Baitullah (Hidayat, 2022)

Hal ini dapat dilihat berdasarkan jumlah dari jama'ah umrah Indonesia pada tahun 2023 mencapai 13,55 juta jama'ah (Priyanti, 2024). Untuk jumlah jama'ah umrah masyarakat Airtiris Kecamatan Kampar di PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris yang melaksanakan ibadah umrah mencapai 636 jama'ah. Jumlah jama'ah umrah yang meningkat dari tahun ke tahun dengan niat meningkatkan amal kebaikan, mendekatkan diri kepada Allah dan melaksanakan sunnah sebagai umat muslim.

Banyaknya calon jama'ah yang ingin melaksanakan ibadah umrah maka setiap calon jama'ah membutuhkan travel perjalanan yang terpercaya agar dalam melaksanakan ibadah umrah merasa aman, tenang dan terjamin selama ibadah umrah berlangsung. Sehingga pada saat ini banyak pengusaha yang memulai usaha travel perjalanan dan berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaiknya. Travel perjalanan merupakan perusahaan yang memberikan fasilitas perjalanan dan informasi bagi orang yang ingin melakukan perjalanan wisata (Lahilote, 2018)

Salah satu travel perjalanan yang berada di Kabupaten Kampar adalah PT. Riau Wisata Hati. PT. Riau Wisata Hati adalah perusahaan perjalanan dan pariwisata di provinsi Riau yang menyediakan berbagai fasilitas perjalanan. Sebagai travel perjalanan wisata yang terpercaya, PT. Riau Wisata Hati menawarkan paket umrah yang berkualitas dan aman bagi para jama'ah yang ingin melaksanakan ibadah umrah. (Pekanbaru, 2023)

Perkembangan travel perjalanan yang menawarkan keunggulannya kepada masyarakat sehingga dapat menimbulkan persaingan. Dapat dilihat dari semakin menjamurnya perusahaan – perusahaan yang bergerak pada jasa pelayanan perjalanan haji dan umrah. Oleh karena itu, PT. Riau Wisata Hati merupakan salah satu perusahaan yang berdiri untuk melayani jasa perjalanan,



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.

dimana banyaknya permintaan pasar untuk melaksanakan ibadah umrah. PT. Riau Wisata Hati harus mampu untuk menarik calon jama'ah dan mempertahankan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan jasa travelnya dalam melaksanakan ibadah umrah.

Untuk menawarkan keunggulan travel kepada jama'ah, maka perlunya strategi pemasaran yang jelas agar dapat meningkatkan minat calon jama'ah untuk menggunakan jasa travelnya. Strategi pemasaran ini bertujuan sebagai pedoman untuk calon jama'ah dalam menentukan pilihan-pilihan paket umrah yang ditawarkan travel perjalanan tersebut. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Riau Wisata Hati ialah dengan promosi paket umrah dengan berbagai jenis promo paket umrah, sehingga membuat calon jama'ah penasaran dan akan tertarik dengan promo yang ditawarkan tersebut.

Dalam persaingan bisnis travel ini, perusahaan perlu mempunyai *team marketing* yang kompeten untuk melayani jama'ah umrah. Dengan menyadari bahwa banyaknya masyarakat muslim yang berminat untuk melaksanakan ibadah umrah. Maka kesempatan ini dimanfaatkan oleh travel perjalanan agar semakin banyak calon jama'ah umrah yang tertarik pada penawaran yang disediakan oleh travel tersebut.

Maka berdasarkan pemaparan di atas dengan semakin banyaknya minat masyarakat melaksanakan ibadah umrah dan semakin banyak juga travel perjalanan yang bersaing dalam menyediakan kebutuhan calon jama'ahnya. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Riau Wisata Hati. Maka dengan ini penulis mengangkat karya ilmiah yang berjudul: "*Strategi Pemasaran Paket Umrah PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris Dalam Menarik Calon Jama'ah*"

1.2 Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini penulis akan menegaskan dan menjelaskan istilah-istilah yang akan dipakai agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian ini:

1.2.1 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah suatu metode yang dilakukan untuk menjelaskan bentuk perencanaan, penentuan, promosi dan penyaluran produk atau jasa yang bertujuan untuk dapat meningkatkan keuntungan dan kepuasan pelanggan (Maharani, Sadiyah, Mujib, & Mulqiyah, 2022). Jadi strategi pemasaran yang dimaksud pada penelitian ini ialah pemasaran paket umrah yang disediakan oleh PT. Riau Wisata Hati untuk menarik minat calon jama'ah.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

1.2.2 Paket Umrah

Adapun paket umrah yang akan penulis dijelaskan pada karya ilmiah ini ialah paket – paket umrah yang ditawarkan oleh PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris.

1.2.3 Minat Calon Jama'ah

Minat calon jama'ah untuk melaksanakan ibadah umrah sangat tinggi sehingga banyaknya masyarakat yang mendaftarkan diri untuk mendaftarkan diri untuk berkunjung ke Baitullah.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang sebelumnya, adapun rumusan masalahnya adalah bagaimana strategi pemasaran Paket Umrah PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris dalam menarik minat calon Jama'ah?

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran paket umrah dalam menarik minat calon jama'ah di PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Dengan hasil penelitian ini dapat diperoleh manfaat antara lain sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis, dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya bagi mahasiswa jurusan Manajemen Dakwah.
- b. Manfaat praktisi, dapat menjadi pertimbangan dan saran bagi PT. Riau Wisata Hati untuk melaksanakan dan meningkatkan strategi pemasaran yang lebih baik lagi.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar dapat mempermudah pembaca untuk memahami, maka penulis perlu menyusun sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut;

BAB I : PENDAHULUAN

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

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

Bab ini berisikan tentang kajian terdahulu, landasan teori, konsep operasional dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

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

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bab ini berisi tentang sejarah, identitas perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi, persyaratan umrah dan bank pembayaran, paket umrah, perkembangan jumlah jama'ah dan program dari PT. Riau Wisata Hati cabang Aitiris.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian dari strategi pemasaran paket umrah PT. Riau Wisata Hati.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

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

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

2.1 Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu ialah suatu usaha seorang peneliti untuk mencari perbandingan dan sebagai sumber inspirasi untuk membantu penelitian selanjutnya (Ibrahim, 2022). Adapun penelitian terdahulu yang menurut penulis sesuai dengan judul penelitian yang akan dilakukan penulis adalah:

Tabel 2. 1 Kajian Terdahulu

No	Judul Penelitian Terdahulu	Persamaan Penelelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Refli Antasa, 2020. <i>“Strategi Pemasaran Tour dan Travel Haji Umrah dalam Menarik Minat Calon Jama’ah pada PT. Al-Multazam Bandar Lampung”</i> . Skripsi prodi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Raden Intan Lampung.	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran travel haji dan umrah dalam menarik minat calon jama’ah.	Perbedaan dalam penelitian ini adalah Refli Antasa membahas tentang strategi pemasaran perusahaan tour dan travel haji umrah dalam menarik minat calon jama’ah pada PT. Al-Multazam Bandar Lampung, sedangkan dalam penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran paket umrah dalam menarik minat calon jama’ah PT. Riau Wisata Hati cabang Bangkinang.
2.	Akbar Putra Jaya, 2022. <i>Startegi Pemasaran Produk Umrah dalam Upayah Meningkatkan Jumlah Jama’ah pada Travel Rizkia Bengkulu</i> . Skripsi prodi Manajemen Haji dan Umrah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Fatmawati	Penelitian sama-sama membahas tentang strategi pemasaran produk umrah.	Perbedaan dari penelitian ini adalah Akbar Putra Jaya membahas tentang kepuasan terhadap pelayanan produk umrah yang ditawarkan oleh Travel Rizkia Bengkulu, sedangkan penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran paket umrah yang di sediakan oleh PT. Riau Wisata Hati cabang Bangkinang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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	Judul Penelitian Terdahulu	Persamaan Penelelitian	Perbedaan Penelitian
3.	Sukarno Bengkulu. Nurhaviza, 2021. <i>“Strategi Pemasaran Paket Ibadah Umrah pada PT. Shirotol Jannah Pekanbaru di Era New Normal”</i> . Skripsi prodi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Suska Riau.	Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang startegi pemasaran paket umrah.	Perbedaan dari penelitian ini adalah Nurhaviza membahas tentang penerapan strategi pemasaran paket ibadah umrah pada PT. Shirotol Jannah Pekanbaru pada kondisi new normal dalam mempertahankan kelangsungan perusahaan, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran paket umrah Pt. Riau Wisata Hati dalam menarik minat calon jama’ah.

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Strategi Pemasaran

A. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan serangkaian usaha yang dibangun dalam memperoleh tujuan yang ingin dicapai. Demi memperluas ilmu tentang strategi, sehingga kajian ini akan membahas pengertian strategi pemasaran.

Strategi pemasaran terdapat beberapa pengertian dari para ahli. Menurut Kotler dan Amstrong, strategi pemasaran adalah ilmu pemasaran dimana suatu perusahaan bisnis berkeinginan agar dapat menghasilkan suatu nilai dan keuntungan dalam berhubungan dengan konsumen. Menurut Kurtz, strategi pemasaran adalah suatu kesatuan program perusahaan untuk memastikan target pasar serta kepuasan konsumen dengan menciptakan gabungan dari *marketing mix* seperti produk, promosi dan harga. Menurut Tjiptono, strategi pemasaran adalah sesuatu yang mendasar yang di buat untuk memperoleh tujuan perusahaan dengan meningkatkan keunggulan daya saing yang berkelanjutan melalui pasar yang ditembus dan program pemasaran yang dipakai untuk melayani pasar

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.

target tersebut. (Haque-Fawzi, Iskandar, Erlangga, Nurjaya, & Sunarsi, 2021)

Menurut Walker strategi pemasaran adalah sebagai pengaturan sumber daya manusia yang efektif agar dapat mencapai tujuan organisasi pada pasar produk tertentu. Menurut Buttle strategi pemasaran adalah yang mencakup pada perusahaan dan pemasaran dalam program kegiatan, termasuk seluruh bagian pemasaran yang menjelaskan upaya untuk menentukan tujuan dan sasaran bisnis. (Syarifuddin, 2022)

Menurut Sofjan Assauri strategi pemasaran merupakan sederetan tujuan dan sasaran, kebijakan dan peraturan yang mengarahkan pada usaha-usaha pemasaran dari masa ke masa, pada setiap tingkatan dan rujukan dengan porsinya, paling utama sebagai sambutan perusahaan saat berjumpa dengan lingkungan dan kondisi persaingan yang terus berubah. Menurut Tull dan Kahle strategi pemasaran menjadi alat mendasar yang dirancang demi mencapai tujuan perusahaan atau organisasi dalam meningkatkan kualitas bersaing yang terus menerus melewati pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang dipakai untuk mengendalikan pasar sasaran tertentu (Winaros & Mulyadi, 2022).

Dari uraian diatas penulis menyimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah aktivitas atau kegiatan suatu perusahaan atau organisasi yang mengusahakan agar produk yang dipasarkan dapat diterima oleh pasar dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

B. Fungsi Strategi Pemasaran

Adapun beberapa fungsi strategi pemasaran sebagai berikut: (Haque-Fawzi, Iskandar, Erlangga, Nurjaya, & Sunarsi, 2021).

1. Meningkatkan Motivasi

Strategi pemasaran ini berusaha untuk meningkatkan motivasi suatu perusahaan atau organisasi supaya berpikir dan memandang masa depan dengan upayanya sendiri. Upaya ini paling dibutuhkan agar dapat memelihara keberlangsungan suatu perusahaan dari masa ke masa.

2. Koordinasi Pemasaran

Strategi pemasaran ini bermaksud agar dapat mengarahkan proses perusahaan sehingga menciptakan tim koordinasi yang lebih efektif.

3. Menetapkan Tujuan Perusahaan

Strategi pemasaran ini ingin mengetahui tujuan perusahaan untuk seseorang yang mengerjakan usaha nantinya. Maka dengan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

ini pekerja dapat tertolong dalam menetapkan tujuan yang ingin dicapai, pada masa sekarang maupun akan datang.

C. Jenis-Jenis Strategi Pemasaran

Adapun jenis-jenis strategi pemasaran yang kerap dipakai dan berlangsung pada suatu perusahaan atau organisasi sebagai berikut. (Zainurossalamia, 2020)

- 1) Strategi Integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal bisa disebut juga sebagai integrasi vertikal. Strategi vertikal dimana perusahaan bisa mengontrol para distributor, pemasok maupun pesaing.
- 2) Strategi intensif penetrasi pasar dan pengembangan produk bisa disebut juga sebagai strategi intensif, strategi ini memerlukan usaha-usaha untuk meningkatkan posisi persaingan produk yang dihendaki.
- 3) Strategi diversifikasi terbagi menjadi tiga jenis yakni strategi diversifikasi konsentrik, horizontal dan konglomerat.
 - a. Strategi untuk menambahkan produk atau jasa baru, tetapi tetap berhubungan disebut juga dengan diversifikasi konsentrik.
 - b. Sebaliknya diversifikasi horizontal ialah menambahkan produk atau jasa baru namun tidak berhubungan dengan pelanggan yang sudah ada.
 - c. Diversifikasi konglomerat ialah menambahkan produk atau jasa baru yang tidak berhubungan.
- 4) Strategi defensif ialah melaksanakan usaha dengan strategi rasionalisasi biaya, divestasi atau likuidasi.
 - a. Rasionalisasi biaya ini berjalan saat perusahaan atau organisasi melaksanakan restrukturisasi dengan menghemat biaya dana agar dapat meningkatkan lagi penjualan dan laba yang kurang stabil. Selain itu disebut juga sebagai strategi terbalik (*turn around*) atau reorganisasi, rasionalisasi biaya dibentuk guna memperkuat daya pembeding dasar pada organisasi.
 - b. Divestasi ialah memasarkan suatu divisi atau bagian dari organisasi tertentu. Aktivitas ini dapat meningkatkan modal dan agar dapat digunakan sebagai investasi di masa selanjutnya. Divestasi ini untuk mengurangi organisasi bisnis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

yang dimiliki misalnya yang tidak menguntungkan bisnis atau tidak cocok dengan aktivitas bisnis.

- c. Likuidasi ialah memasarkan aset pada perusahaan atau organisasi bisnis dengan beransur-ansur sesuai jumlah aset tersebut.
- 5) Strategi umum menurut Porter, terdapat beberapa landasan strategi yang bisa mendukung organisasi untuk mendapatkan keutamaan yang kompetitif, yakni keutamaan biaya, diferensiasi dan fokus.
- a. Keutamaan biaya memfokuskan pada penciptaan produk standar dengan biaya per produk sangat rendah konsumen yang paham pada perubahan harga.
 - b. Diferensiasi ialah strategi yang memfokuskan pada penciptaan produk dan mempersiapkan jasa yang menurut semua industri itu unik dan dipusatkan pada konsumen yang terlihat tidak terlalu memperhatikan perubahan harga.
 - c. Fokus maksudnya adalah menciptakan produk dan mempersiapkan jasa untuk melengkapi kepentingan beberapa kelompok konsumen.

D. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah sebuah perangkat yang digunakan sebagai penentu kuliatas keberhasilan pemasaran bagi perusahaan atau organisasi (Napitupulu, Tapiomas, & Tobink, 2021). Menurut Kotler dalam (Yudaningsih, 2021) bauran pemasaran merupakan gabungan dari proses pemasaran yang bertujuan untuk mendapatkan sasaran pemasarannya pada pasar sasaran.

1. Produk (*Product*)

Produk adalah suatu barang atau jasa yang ditawarkan ke pasar dengan memerhatikan nilai dan kuliatas produk sesuai dengan kebutuhan kehidupan manusia sehingga dapat menarik perhatian konsumen yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan (Dewi, 2021). Kuliatas produk merupakan hal penting yang harus diperhatikan. Dalam perspektif islam dijelaskan pada Al-Qur'an bahwa penerapannya menciptakan produk-produk atau jasa yang baik dan dapat dipercaya oleh konsumen. Ditegaskan dalam surah Al-Baqarah:172:

كُنْتُمْ إِنْ لِلَّهِ وَأَشْكُرُوا رَزَقْنَاكُمْ مَا طَيَّبْتِ مِنْ كُلُوا ءَامَنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
تَعْبُدُونَ إِيَّاهُ

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.

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah*”. (QS. Al-Baqarah: 172).

Pada ayat di atas menjelaskan, “*Makanlah dari rezeki yang halal*” dan “*Kerjakanlah perbuatan-perbuatan saleh.*” Dapat disimpulkan untuk mengutamakan perbuatan saleh, seperti produksi produk, konsumsi dan pemasaran produk-produk atau jasa menurut islam.

2. Harga (*Price*)

Harga merupakan ketentuan nilai yang dijelaskan dalam bentuk rupiah dipakai untuk proses pertukaran atau transaksi dengan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa tertentu. Menurut Kotler, harga ialah nilai yang ditagihkan berdasarkan barang suatu produk atau jasa (Satriadi, Wanawir, Hendrayani, Siwiyanti, & Nursaidah, 2021).

Allah berfirman dalam Al-Qur’an surah Ali-Imraan: 130:

اللَّهُ وَانْقُوا ۖ مُضْعَفَةً أضعفًا الربوا تأكلوا لا ءامنوا الذين يائها
تفلحون لعلكم

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.* (Q.S. Ali-Imraan: 130)

Pada ayat di atas dijelaskan bahwa dalam melakukan proses transaksi dilarang melipat gandakan harga demi mendapatkan keuntungan pribadi.

Menurut Abuznaid bahwa islam telah menetapkan ketentuan harga sebagai berikut: (Fadah, Vijonta, Dania, & Yuswanto, 2022)

- a. Tidak memberikan informasi palsu terikat setiap harga.
- b. Tidak boleh memberikan keuntungan pada karyawan tanda adanya suatu usaha atau kerja keras.
- c. Perubahan harga diperbolehkan jika sesuai dengan kuantitas dan kualitas suatu produk.
- d. Tidak boleh mendapatkan suatu keuntungan dengan cara menipu konsumen.

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. Dilarang membedakan harga pada setiap konsumen.
- f. Tidak menginformasikan harga palsu pada media sosial.
- g. Tidak boleh menumpuk produk dengan tujuan mendapatkan harga yang lebih tinggi pada suatu hari nanti harga melonjak.

3. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah suatu aktivitas yang dilakukan untuk menyiarkan informasi penjual dan pembeli untuk dengan maksud membuat konsumen sadar akan keberadaan produk atau jasa yang awalnya tidak tahu menjadi mengetahuinya. (Zaki, 2022)

Dalam pemasaran islam, menjelaskan tentang promosi adalah suatu kegiatan pemasaran dalam memastikan agar tidak adanya pemalsuan atau penipuan tentang kualitas produk yang dipromosikan. Dalam perdagangan, Rasulullah SAW mengutamakan prinsip kejujuran. Beliau selalu menyampaikan kelebihan dan kekurangan suatu produk yang dijualnya dengan sejujur-jujurnya. (Yudityawati & Fitriyah, 2022)

Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah: 8:

يَجْرِمَنَّكُمْ وَلَا ۙ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ ۙ لِلَّهِ قَوْمِينَ كُونُوا ءَامِنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
 ۙ اللَّهُ وَاتَّقُوا ۙ لِلتَّقْوَىٰ أَقْرَبُ هُوَ أَعْدِلُوا ۙ تَعْدِلُوا ۙ إِلَّا عَلَىٰ قَوْمٍ شَنَّانُ
 تَعْمَلُونَ بِمَا خَبِيرُ اللَّهُ إِنَّ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.* (Q.S Al-Maidah: 8)

4. Tempat (*Place*)

Tempat adalah di mana lokasi untuk menyediakan produk atau jasa agar konsumen dapat menjangkaunya dan mudah ditemukan, di mana produk atau jasa dapat diakses oleh konsumen ketika dia membeli (Fauzan, 2019). Tempat merupakan lokasi untuk melaksanakan proses jual beli produk seperti barang maupun jasa. Tempat ialah suatu strategi yang sangat penting dan berpengaruh untuk menariknya suatu produk yang dipasarkan. Dengan tempat yang strategis maka akan dapat mudah dijangkau oleh banyak orang, sehingga produk yang ditawarkan akan dapat dikenal oleh khalayak ramai dan akan memungkinkan produk tersebut dapat dikenal dan menarik banyak orang. (Rachman, Haura, Sari, & Faluthamia, 2022)

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.

Islam menegaskan agar pelaku pasar dapat memilih jaringan distribusi yang berkualitas dan diperhatikan lebih baik untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, sehingga dapat berhubungan baik dengan produsen. (Fadah, Vijonta, Dania, & Yuswanto, 2022)

5. Manusia (People)

Manusia yang dimaksud disini adalah semua orang yang berinteraksi dalam proses pemasaran, bukan cuma konsumen tetapi juga semua sumber daya manusia yang bergabung dalam kelompok perusahaan tersebut. (Ritonga, 2018)

Islam menegaskan bahwa pentingnya kebebasan konsumen dalam mengambil keputusan untuk memilih produk yang diinginkan. Pada saat pengambilan keputusan seseorang tidak boleh memaksakan dan menghalangi kebebasan dalam informasi pemasaran. Untuk mendapatkan informasi tentang suatu produk dengan benar adalah hak konsumen yang dapat diterimanya menurut syariat islam. Hal ini merupakan tanggung jawab seorang pemasar agar tidak terjadi peksaan dalam situasi apapun, dengan menghargai kejujuran dan pemahaman dari konsumen. (Nasuha)

6. Proses (*Prosess*)

Menurut Bernard H. Boom dan Mary Jo Bitner menyatakan bahwa proses adalah kejadian yang terjadi diluar sepengetahuan konsumen, konsumen tidak tahu proses produk dan jasa tersebut, yang penting suatu produk atau jasa yang diterima konsumen dapat memuaskannya. (Yudityawati & Fitriyah, 2022)

Menurut Kotler, proses adalah kegiatan yang dilakukan pada suatu perusahaan dalam melayani konsumen dimulai dari konsumen memesan produk sampai konsumen menerima produk yang diingikannya. Rinaldi menjelaskan bahwa proses merupakan proses keseluruhan produsen, operasi dan penciptaan produk atau jasa sehingga sampai kekonsumen, dan juga tentang pengambilan keputusan konsumen dan kebebasan karyawan. Menurut Tjiptono, proses merupakan upaya suatu perusahaan untuk melakukan aktivitas bisnisnya untuk mencukupi kebutuhan dan kemauan konsumen. Dalam proses pemasaran harus dijalani dengan penuh ketekunan. Tekun artinya bekerja dengan rajin, bekerja keras dan bersungguh-

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.

sungguh dalam bekerja. Ketekunan adalah kunci utama seseorang untuk meraih kesuksesan. (Ramadhan)

7. Tampilan Fisik (*Physical Evidence*)

Tampilan fisik adalah sesuatu yang dapat menarik konsumen untuk membeli dan memakai barang atau jasa yang ditawarkan. Selain kemasan produk, tempat atau lingkungan perusahaan harus diperhatikan agar dapat menarik konsumen dan memudahkan berinteraksi. (Saleh & Said, 2019)

Menurut Zeithaml dan Bitner, bukti fisik adalah sesuatu bukti nyata yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menarik minatnya untuk membeli dan mendapatkan suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Lupiyaadi dan Hamdani, menyatakan bawah bukti fisik adalah sebagai bukti suatu tempat di mana produk atau jasa dibuat, sehingga dapat menarik konsumen. (Rifa'I & Zen, 2021)

2.2.2 Umrah

A. Pengertian Umrah

Secara Bahasa, umrah artinya ziarah. Secara istilah, umrah artinya mengunjungi Baitullah (Ka'bah) dengan melakukan serangkaian ibadah seperti thawaf, sa'i dan bercukur semata-mata mengharapkan ridho Allah SWT. (RI, 2020)

Allah firman dalam surah Al-Baqarah: 196:

لِلَّهِ وَالْعُمْرَةَ الْحَجِّ وَآتَمُّوْا

Artinya: *Dan sempurnakanlah ibadah haji dan umrah karena Allah.*

Hukum ibadah umrah ialah wajib dilaksanakan sekali seumur hidup, sedangkan bagi orang yang melaksanakan umrah lebih dari satu kali hukumnya sunnah. Waktu pelaksanaan umrah sepanjang tahun atau waktu-waktu selain musim haji yakni pada hari wukuf dan hari Tasyrik. (Hamid, 2022)

B. Syarat Umrah

Adapun syarat melaksanakan ibadah umrah sebagai berikut: (Zainuddin, 2016)

- a. Beragama islam

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. Baligh dan berakal sehat
- c. Merdeka
- d. Mampu
- e. Ada mahram (khusus perempuan)

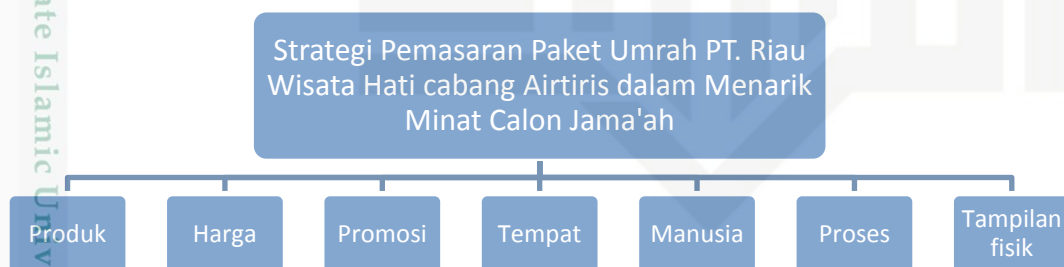
C. Rukun Umrah

Adapun rukun melaksanakan ibadah umrah sebagai berikut:
(Zainuddin, 2016)

- a. Ihram, berniat untuk memulai umrah
- b. Thawaf
- c. Sa'i
- d. Tahallul
- e. Tertib.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan suatu dasar pemikiran dari penelitian yang akan dilakukan dari fakta-fakta, obesrvasi dan kajian Pustaka. maka itu, kerangka pemikiran berisi teori, dalil ataupun konsep-konsep berupa dasar dari penelitian. Pada kerangka pemikiran terdapat variabel-variabel penelitian yang akan dijelaskan secara meluas dan sesuai dari permasalahan yang akan diteliti, maka dari itu bisa menjawab permasalahan penelitian. (Nurdin & Hartati, 2019)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis dan pendekatan penelitian pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Creswell dalam (Rukajat, 2018) bahwa pendekatan kualitatif adalah pendekatan untuk membentuk pemahaman berdasarkan perspektif konstruksi seperti keterangan yang bersumber dari pengalaman individu, nilai-nilai sosial dan sejarah dengan tujuan untuk membentuk teori maupun pemahaman tertentu. Pendekatan Kualitatif adalah metode dalam penelitian yang memperoleh data deskriptif seperti data tertulis ataupun perkataan dan sikap yang diamati.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris Jalan Raya Pekanbaru – Bangkinang, Simpang Ranah Singkuang (Mini Market Syifa), Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau.

3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2023-Januari 2024 di PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris.

3.3 Sumber Data Penelitian

3.3.1 Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh dari sumber data utamanya biasa disebut dengan responden (Sukiati, 2016). Data atau informasi yang diperoleh dari pertanyaan tertulis yang dilakukan menggunakan lisan dengan metode wawancara.

3.3.2 Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder menggunakan bahan yang tidak dari sumber pertama sebagai sarana untuk mendapatkan data atau informasi dengan menjawab masalah yang diteliti. Sumber ini dikenal dengan teknik observasi *non* partisipasi untuk mendukung data yang diperoleh, biasanya sumber ini digunakan bagi peneliti yang memakai pendekatan kualitatif. (Hikmawati, 2020)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.4 Informan Penelitian

Informan merupakan orang yang diperlukan untuk dapat memperoleh informasi tentang situasi dan kondisi dalam penelitian. Jadi pada penelitian ini, peneliti akan mendapatkan informasi dari informan sebagai subyek penelitian. Informan ada dua yaitu; (Khisiah, 2017)

- 3.4.1 Informan kunci adalah orang yang akan memberikan informasi secara detail dan terpercaya mengenai informasi yang ini diperoleh. Informan kunci pada penelitian ini yakni, sektertaris Bapak Heppy Putra, bendahara Ibuk Eva Masita, karyawan Ayu Sri Afriani dan tim pemasaran Bapak H. Abdul Wahid pada PT. Riau Wisata Hati.
- 3.4.2 Informan biasa adalah orang yang akan memberikan informasi secara luas tentang permasalahan-permasalahan yang akan diteliti tetapi sebatas hal-hal tertentu. Informan biasa pada penelitian ini ialah jama'ah Ibuk Daslaini dan Ibuk Refi Erfina.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Observasi

Menurut Hadi, observasi ialah suatu proses yang lengkap pada proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, proses ini penting dalam proses-proses pengamatan dan ingatan (Ahmad Fauzi, 2020). Pada penelitian ini observasi digunakan untuk mengamati bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Riau Wisata Hati.

3.5.2 Wawancara

Wawancara yang dilakukan dengan informan sebagai sumber data dan informasi untuk mendapatkan informasi lebih mendalam tentang focus penelitian. Menurut Bogdan dan Biklen dalam (Salim, 2012) wawancara merupakan komunikasi yang memiliki tujuan tertentu yang biasanya dilakukan oleh dua orang atau lebih, yang diarahkan oleh salah seorang dengan tujuan menghasilkan keterangan atau informasi yang diinginkan. Pada penelitian ini wawancara akan dilakukan secara langsung dengan narasumber.

3.5.3 Dokumentasi

Menurut Sugiyono dalam (Pratiwi, 2017), dokumentasi adalah bukti peristiwa yang sudah berlalu berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi ini menggunakan untuk mendukung data hasil pengamatan dan wawancara yang berhubungan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.



dengan bentuk pesan verbal dan *non* verbal serta hambatan-hambatan pada saat penelitian.

3.6 Validitas Data

Teknik validasi data yang digunakan pada penelitian ini adalah trigulasi. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengecekan apabila hasil wawancara seperti data hasil observasi. Kemudian penulis membandingkan data wawancara dan observasi dengan dokumen-dokumen yang dimiliki oleh PT. Riau Wisata Hati baik yang berbentuk *hardcopy* maupun yang diarsipkan di media sosial. Secara khusus, validitas penelitian kualitatif bermula pada pandangan empirisme yang memfokuskan pada bukti, objektivitas, kebenaran, deduksi, nalar dan fakta. (Buiastuti, 2018)

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis adalah metode pemecahan data sebagai komponen-komponen yang lebih kecil berlandaskan pada elemen dan struktur tertentu. Menurut Seiddel, analisis data kualitatif adalah proses mencatat informasi yang dihasilkan saat dilapangan dengan mencantumkan sumber agar mudah ditelusuri, menyatukan, menyaring dan mengelompokkan data sehingga mudah dipahami. (Siyoto & Sodik, 2015)

3.7.1 Reduksi Data

Reduksi data atau merangkai informasi yang bersumber pada hal-hal yang perlu dibahas atau ditentukan satu kesimpulan. Pada tahap ini dapat dilakukan dengan cara merangkum hal yang penting agar tetap ada di dalam penelitian. (Sahir, 2021)

3.7.2 Penyajian Data

Pada tahap ini peneliti menampilkan data penelitian yang telah melalui proses reduksi data bentuk pernyataan dan sejenisnya untuk mempermudah peneliti dalam melakukan analisis. Maka peneliti akan dapat mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, selanjutnya membuat perencanaan kerja yang sudah dipahami tersebut. (Selawati & Rosa, 2017)

3.7.3 Menarik Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah ketiga dalam analisis data menurut Miles dan Huberman dalam (Abdussamad, 2021) adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang disampaikan bersifat sementara dan akan berubah apabila tidak didapatkan bukti-bukti yang kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Namun apabila kesimpulan yang

disampaikan pada tahap awal, dapat bukti-bukti yang valid dan konsisten ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang disampaikan merupakan kesimpulan yang kredibel (dapat dipercaya).

Dengan demikian kesimpulan pada penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah dari awal, karena seperti pada pemaparan di atas bahwa masalah dan rumusan masalah pada penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan ada perubahan atau berkembang setelah peneliti melakukan penelitian di lapangan.

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. RIAU WISATA HATI CABANG AIRTIRIS

4.1 Sejarah Perusahaan

PT Riau Wisata Hati adalah sebuah [perusahaan](#) yang bergerak dibidang jasa perjalanan dan pariwisata yang berbasis di provinsi, yakni perjalanan udara dan darat serta, dan merupakan Perusahaan pariwisata yang meliputi Tour dan Travel, penjualan tiket, perjalan wisata dalam dan luar negeri, penginapan atau hotel yang kebutuhan perjalan lainnya. Kantor yang berlokasi di Jalan Hangtuh No. 172, Rt. 001, Rw. 004, Kel. Rejosari, Kec. Tenayan Raya, Kota Pekanbaru 38, Telp. (0761) 849588-853288, Fax. (0761) 853167.

Dengan perkembangan dunia pariwisata, PT. Riau Wisata Hati didirikan oleh Muhammad Dawood pada tahun 2011 karena tingginya peluang dan minat masyarakat akan kebutuhan sarana transportasi. Kemudian PT. Riau Wisata Hati berkembang dengan mendirikan cabang di dalam kota dan di luar kota bahkan Provinsi. PT. Riau Wisata Hati sendiri memiliki beberapa cabang di dalam kota juga di luar kota bahkan Provinsi. Untuk di Kota Pekanbaru sendiri ada 5 cabang;

1. Riau Wisata Hati Soeta Riau Soekarno-Hatta Jl. Soekarno-Hatta No. 555 E&F, Marpoyan Damai. Telepon 0821-7775-5555.
2. Riau Wisata Hati Hangtuh Riau Hangtuh Jl. Hangtuh No.172 B. Telepon 0822-7775-5555.
3. Riau Wisata Hati Rajawali Riau Rajawali Jl. Rajawali No. 42 A. Telepon 0822-7775-5555.
4. Dawood Travel Riau Hangtuh Ujung Jl. Utama, Hangtuh Ujung D'Calista Pekanbaru. Telepon 0823-8865-5555
5. Riau Wisata Hati Sudirman Riau, Pekanbaru, Jalan Sudirman. Telepon 0812-9885-5555.

Berikut beberapa kantor lainnya:

1. Riau Wisata Hati Tembilahan Indragiri Hilir Riau Jl. Soebrantas No. 55 (Samping Kantor Gerindra). Telepon 0812-9315-5555.
2. Riau Wisata Hati Bangkinang Kampar Riau Jl. Prof.M.Yamin, SH depan Bank Riau Kepri. Telepon 0822-5775-5555.
3. Riau Wisata Hati Air Tiris Jl Raya Pekanbaru-Bangkinang, minimarket syifa simpang ranah singkuang. Telepon 0811-1965-5555
4. Riau Wisata Hati Pasir Pangaraian Rokan Hulu Riau Jl. Tuanku Tambusai Pematang berangan. Telepon 0821-6805-5555.
5. Riau Wisata Hati Padang Sumatera Barat. Telepon 0823-8885-5555.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dilindungi undang-undang
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.

PT. Riau Wisata Hati perusahaan yang berfokus pada bidang penyelenggaraan ibadah umrah dan haji dengan memberikan pelayanan yang lengkap dan berkualitas. Mulai dari transportasi yang nyaman, penginapan yang baik di hotel, konsumsi, hingga perlengkapan umrah. PT. Riau Wisata Hati juga menyediakan pembimbing dalam penyelenggaraan ibadah umrah yang akan membantu para jama'ah dalam menjalankan ibadah umrah. Pembimbing yang disediakan oleh PT Riau Wisata adalah orang yang berpengalaman dan berpengetahuan luas tentang pelaksanaan ibadah umrah.

Selain pelayanan penyelenggaraan PT. Riau Wisata Hati juga memberikan layanan konsultasi gratis bagi para calon jama,ah yang ingin melakukan perjalanan umrah. Para dapat berkonsultasi dengan staf PT. Riau Wisata Hati tentang persiapan dan tata cara melakukan ibadah umrah.

4.2 Identitasl Perusahaan

PT. Riau Wisata Hati merupakan biro perjalanan ibadah umrah yang telah mendapatkan izin dari Kementerian Agama Republik Indonesia dengan No. 167 Tahun 2016. Badan hukum PT. Riau Wisata Hati dengan Nomor Sk: Nomor 167 Tahun 2016 Tanggal Sk : 26-04-201.

Nama Perusahaan	: PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris
Tahun Berdiri	: Oktober 2019
Alamat Lengkap	: Jl Raya Pekanbaru-Bangkinang, minimarket syifa simpang ranah singkuang
Kabupaten	: Kampar
Provinsi	: Riau
No. Telepon	: 081119655555
Bidang Usaha	: Travel Perjalan Ibadah Umrah
Website	: rutedesa.id
Menfest	: rwhairtiris
Instagram	: riauwisatahati_airtiris
Facebook	: Riauwisatahati Airtiris

4.3 Visi dan Misi Perusahaan

- a. Visi

Menjadi penyelenggara haji dan umrah terbaik di Indonesia yang memfokuskan kepada kepuasan setiap jamaah dalam beribadah dengan motto “Bukan Jalan-Jalan Biasa”.

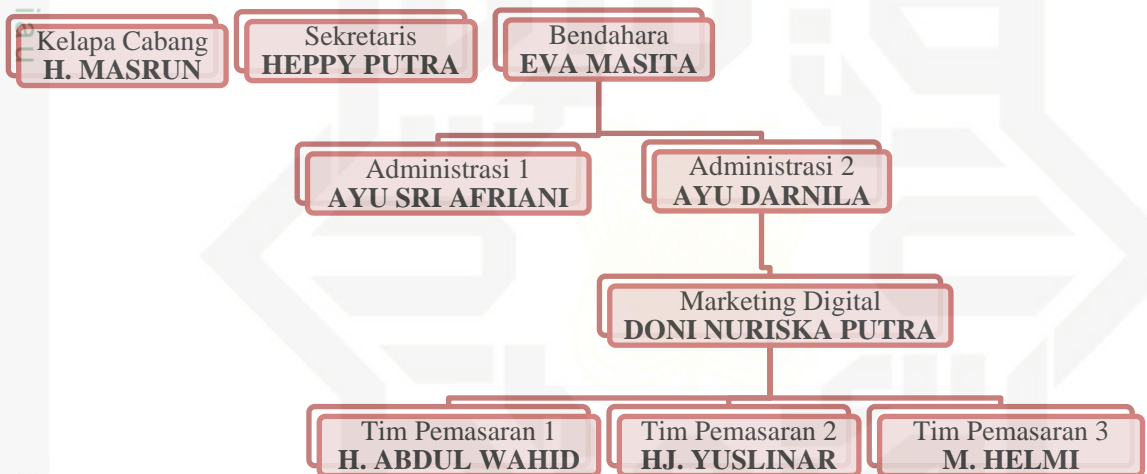
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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. Misi

1. Menyelenggarakan perjalanan ibadah Haji dan Umrah dengan kualitas layanan prima untuk mencapai kemabruran ibadah.
2. Mengembangkan sumber daya manusia yang terampil dan menjunjung tinggi nilai nilai ibadah.
3. Meningkatkan tata kelola perusahaan secara berkelanjutan agar menjadi perusahaan jasa Perjalanan Ibadah Haji dan Umrah yang terbaik di Indonesia.

4.4 Struktur Organisasi PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris



Berdasarkan struktur organisasi di atas, secara singkat tugas dan wewenang dari masing-masing bagian yang terdapat dalam struktur organisasi sebagai berikut;

a. Kepala Cabang

Kepala cabang bertugas untuk menetapkan berbagai kebijakan terkait dengan operasional kantor cabang.

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.

Sekretaris

Dibagian cabang sekretaris bertugas dalam menentukan dan mengkoordinasikan serta mengawasi semua kegiatan kantor.

c.

Bendahara

Bendahara orang yang penting dalam suatu perusahaan yang akan mengelolah keuangan kantor dan tugas-tugas sebagai berikut;

- 1) Mencatat semua transaksi yang terjadi di kantor
- 2) Menerima dan menyimpan dokumentasi penjualan dan pembayaran

d.

Administrasi

- 1) Mencerita tentang paket-paket umrah dan fasilitas apa aja yang didapatkan
- 2) Administrasi untuk kelengkapan jama'ah seperti paspor
- 3) Untuk mengatur tim marketing dan koordinasi dengan tim marketing untuk mencapai target

e.

Marketing Digital

Bagian yang bertugas untuk promosi online di fecebook, website, menfess

f.

Tim Pemasaran

Bertugas untuk membagikan prosur, panflet dan tim pemasaran ini adalah orang yang berasal dari wilayah itu sendiri yang akan menjelaskan paket umrahnya dan dia juga yang akan mengurus segala keperluan pendaftaran jama'ah untuk di serahkan ke kantor.

4.5. Persyaratan Umrah dan Bank Pembayaran PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris

Beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh masing-masing calon jama'ah umrah sebagai berikut;

1. Mengisi formular pendaftaran
2. Pembayaran DP minimal Rp. 5.000.000,-
3. Passport asli
4. KTP
5. Kartu Keluarga
6. Surat nikah (jika sudah menikah)
7. Akte kelahiran
8. Ijazah terakhir



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.

Untuk pembayaran biaya ibadah umrah bagi jama'ah PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris bisa langsung cash kepada pihak cabang atau melalui rekening Bank Cetrnal Asia, Bank Mandiri, Bank Rakyat Indonesia dan Bank Syariah Indonesia dengan atas nama PT. Riau Wisata Hati pusat.

Bagi jama'ah PT. Riau Wisata Hati cabang Aitiris ada beberapa ketentuannya sebagai berikut;

Ketentuan Pembatalan:

1. Pembatalan > 45 hari sebelum keberangkatan, setoran awal hangus
2. Pembatan > 30 hari sebelum keberangkatan, dipotong 30% dari harga paket
3. Pembatalan > 20 hari sebelum keberangkatan, dipotong 75% dari harga paket
4. Pembatalan > 10 hari sebelum keberangkatan, dipotong 100% dari harga paket
5. Pembatalam > 14 hari sebelum keberangkatan, karena sakir keras, meninggal dunia atau kecelakaan uang akan dikembalikan 100%.

Cacatan penting bagi jama'ah PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris;

1. Jama'ah umrah bersedia melengkapi dokumen yang diperlukan untuk pengurusan VISA paling lambat 21 hari sebelum keberangkatan. (Perusahaan tidak bertanggung jawab oleh keterlambatan penyerahan dokumen oleh jama'ah)
2. Jama'ah umrah wajib melunasi biaya umrah selambat-lambatnya 30 hari sebelum keberangkatan.
3. Kepastian keberangkatan umrah tergantung kelulusan VISA dari kedutaan besar Saudi Arabiah di Jakarta.
4. Jama'ah umrah sudah setuju dengan segala ketentuan yang telah ditetapkan oleh PT. Riau Wisata Hati.

4.6 Paket Umrah PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris

Paket umrah yang ditawarkan oleh PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris ada beberapa paket dengan varian harga dan fasilitas, sebagai berikut; (Brosur, 2023)

1. Flash Sale umrah hemat 11 hari (25.000.000 – 28.000.000)
 - Flight: Malaysia Airline (Landing Madinah)
 - Free Tour Kuala Lumpur dan ziarah taif
 - Malaysia: Ancasa Hotel
 - Madinah: Concorde Al Khair



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.

- Makkah: Royal Majestic
2. Umrah 11 hari super promo (23.000.000 – 26.000.000)
 - Flight: Malaysia Airline (Landing Madinah)
 - Free Tour Kuala Lumpur dan ziarah taif
 - Madinah: Concorde Al Khair
 - Makkah: Alfa Ajyad
 3. Umrah andalan paket 11 hari (28.000.000 – 32.000.000)
 - Flight: Malaysia Airline (Landing Madinah)
 - Free Tour Kuala Lumpur dan ziarah taif
 - Malaysia: Ancasa Hotel
 - Madinah: Shaza Regency *5
 - Makkah: Royal Majestic / Azka Safa *4
 4. Umrah 12 hari andalan 2x shalat jumat (29.000.000 – 33.000.000)
 - Flight: Malaysia Airline (Landing Madinah)
 - Free Tour Kuala Lumpur dan ziarah taif
 - Malaysia: Ancasa Hotel
 - Madinah: Shaza Regency *5
 - Makkah: Royal Majestic / Azka Safa *4
 5. Paket 11 hari umrah mantap (37.000.000 – 42.000.000)
 - Flight: Malaysia Airline (Landing Madinah)
 - Free Kereta cepat Haramaian, Tour Kuala Lumpur dan ziarah taif
 - Malaysia: Ancasa Hotel
 - Madinah: Shaza Regency *5
 - Makkah: Movenpick / Marwa Rotana *5
 6. Paket 12 hari umrah mantap (38.000.000 – 43.000.000)
 - Flight: Malaysia Airline (Landing Madinah)
 - Free Kereta cepat Haramaian, Tour Kuala Lumpur dan ziarah taif
 - Malaysia: Ancasa Hotel
 - Madinah: Shaza Regency *5
 - Makkah: Movenpick / Marwa Rotana *5
 - 2x shalat jumat
 7. Umrah hebat paket 11 hari (31.000.000 – 35.000.000)
 - Flight: Malaysia Airline (Landing Madinah)
 - Free Tour Kuala Lumpur dan ziarah taif
 - Malaysia: Ancasa Hotel *4
 - Madinah: Shaza Regency *5
 - Makkah: Makkah Tower ex Hilton *5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

8. Paket 12 hari umrah hebat (32.000.000 – 36.000.000)
 - Flight: Malaysia Airline (Landing Madinah)
 - Free Kereta cepat Haramaian, Tour Kuala Lumpur dan ziarah taif
 - Malaysia: Ancasa Hotel *4
 - Madinah: Shaza Regency *5
 - Makkah: Makkah Tower ex Hilton *5
 - 2x shalat jumat
9. Umrah konsorsium plus Turkiye paket 14 hari (35.000.000 – 38.000.000)
 - Flight: Citilink Combine Turkish Airlines
 - Madinah: Ansar Golden Tulip (3N)
 - Makkah: Royal Majestic / Azka Safa (4N)
 - Istanbul: Ramada (3N)
 - Bursa: Hampton (1N)
 - Kusadasi: Ramada (1N)
10. Paket 17 hari umrah akbar plus Explore Turkiye (40.000.000 – 43.000.000)
 - Flight: Citilink Combine Turkish Airlines
 - Madinah: Ansar Golden Tulip (3N)
 - Makkah: Royal Majestic / Azka Safa (4N)
 - Istanbul: Ramada
 - Bursa: Hampton
 - Manisa: Business
 - Pamukkale: Adempira
 - Cappadocia: Signature
11. Umrah VIP plus Turkiye paket 15 hari (40.000.000 – 44.000.000)
 - Flight: Citilink Combine Turkish Airlines
 - Madinah: Saza Ragency
 - Makkah: Conrad Hotel
 - Istanbul: Wishmore
 - Bursa: Hampton
12. Umrah sultan paket 12 hari Business Class (54.000.000 – 60.000.000)
 - Flight: Malaysia Airlines (Landing Madinah)
 - Free Tour Kuala Lumpur dan ziarah kota taif
 - Malaysia: Movenpick *5
 - Madinah: Al Haram *5
 - Makkah: Fairmont Royal Clock / Hyatt Regency *5
13. Umrah sultan paket 11 hari Business Class (52.000.000 – 58.000.000)
 - Flight: Malaysia Airlines (Landing Madinah)

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.

- Free Tour Kuala Lumpur dan ziarah kota taif
 - Malaysia: Movenpick *5
 - Madinah: Al Haram *5
 - Makkah: Fairmont Royal Clock / Hyatt Regency *5
14. Umrah Ramadhan paket 11 hari (34.000.000 – 38.000.000)
 - Flight: Malaysia Airlines (Landing Madinah)
 - Free Tour Kuala Lumpur dan ziarah taif
 - Malaysia: Ancasa Hotel
 - Madinah: Shaza Regency
 - Makkah: Royal Marjestic / Grand Al Massa
 15. Umrah Ramadhan paket 12 hari (36.000.000 – 40.000.000)
 - Flight: Malaysia Airlines (Landing Madinah)
 - Free Tour Kuala Lumpur dan ziarah taif
 - Malaysia: Ancasa Hotel
 - Madinah: Shaza Regency
 - Makkah: Royal Marjestic / Grand Al Massa
 - 2x shalat jumat
 16. Umrah 18 hari Lailatul Qadr (45.000.000)
 - Flight: Malaysia Airlines / Saudia Airlines
 - Free Kereta cepat Haramaian, Tour Kuala Lumpur dan ziarah taif
 - Malaysia: Ancasa Hotel
 - Madinah: Concorde Al Khair
 - Makkah: Grand Al Massa
 17. Umrah Syawal 19 hari Lailatul Qard (40.000.000 – 45.000.000)
 - Flight: Malaysia Airlines / Saudia Airlines
 - Free Kereta cepat Haramaian, Tour Kuala Lumpur dan ziarah taif
 - Malaysia: Ancasa Hotel
 - Madinah: Concorde Al Khair
 - Makkah: Azka Safa / Royal Majestic
 - Special lebaran di Madinah
 18. Umrah Ramadhan paket 12 hari (36.000.000 – 40.000.000)
 - Flight: Malaysia Airlines (Landing Madinah)
 - Free Kereta cepat Haramaian, Tour Kuala Lumpur dan ziarah taif
 - Malaysia: Ancasa Hotel *4
 - Madinah: Shaza Regency
 - Makkah: Royal Marjestic / Azka Safa *4
 - 2x shalat jumat

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

19. Umrah Ramadhan paket 11 umrah (34.000.000 – 38.000.000)

- Flight: Malaysia Airlines (Landing Madinah)
- Free Kereta cepat Haramaian, Tour Kuala Lumpur dan ziarah taif
- Malaysia: Ancasa Hotel *4
- Madinah: Shaza Regency *5
- Makkah: Royal Marjestic / Azka Safa *4

4.7 Perkembangan Jumlah Jama'ah PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris

PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris ini didirikan pada bulan Oktober tahun 2019, masih terhitung baru dengan perkembangan jumlah jama'ah yang meningkat dengan adanya beberapa konsep di bagian marketing dan juga menjaga pelayanannya. Sehingga dari beberapa jama'ah itu kembali lagi menggunakan jasa PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris untuk menjadi travel jasa perjalanan ibadah umrah.

Tabel 4.7. 1 Jumlah Jama'ah PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris

No.	Tahun	Jumlah Jama'ah
1.	Oktober 2019	14 jama'ah
2.	2020	Covid-19
3.	2021	Covid-19
4.	2022	229 jama'ah
5.	2023	636 jama'ah

4.8 Program PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris

Dari perkembangan yang peningkatan jama'ah, ada beberapa konsep di bagian marketing dan juga menjaga pelayanannya. Sehingga dari beberapa jama'ah itu kembali lagi menggunakan jasa PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris untuk menjadi travel perjalanan ibadah umrah mereka. Salah satu langkah yang dilakukan oleh bapak Dawood komisariss PT. Riau Wisata Hati, sebagai berikut;

1. Umrah gratis orangtua lanjut usia seperti yang umur 100 tahun keatas atau yang memiliki keterbatasan fisik kurang pendengaran, penglihatan dan lain lain, keberangkatannya bertahap, itu untuk satu orangnya langsung ada pembimbingnya.
2. Umrah gratis untuk anak tahfidz, anak yatim secara bertahap.
3. Umrah gratis untuk seksi pelayanan haji dan umrah kantor Kementerian Agama pada setiap Kabupaten yang ada PT. Riau Wisata Hati cabang. Ini merupakan penilaian dari Kementerian Agama itu tentang pelayanan dari PT. Riau Wisata Hati apakah sudah sesuai dengan Prosedur Operasional Standar (SOP).

Dengan menerapkan strategi bauran pemasaran tersebut, PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris telah berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan calon jama'ah, dengan memberikan pengalaman yang memuaskan dan membangun komunikasi yang positif bersama jama'ah. Kemudian dapat memberikan citra yang positif pada perusahaan untuk selalu mempertahankan dan meningkatkan pelayanannya.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang Strategi Pemasaran Paket Umrah PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris Dalam Menarik Minat Calon Jama'ah ada beberapa saran penulis di antaranya:

1. PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris diharapkan dapat terus menjaga dan meningkatkan pelayanan terhadap jama'ah yang menggunakan jasa travelnya.
2. PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris diharapkan tetap konsisten dengan komitmennya dengan memberikan harga yang terjangkau dan pelayanan yang maksimal.
3. PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris diharapkan agar menjaga dan meningkatkan proses pelayanan pendaftaran, pembayaran, persiapan perlengkapan, manasik umrah, perjalanan umrah ke tanah suci hingga jama'ah sampai kembali ke tanah air.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Harti Airtiris, 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Agustinawati, & Puspasari, C. (2018). Analisis Bauran Pemasaran Destinasi Pariwisata Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner Strategis*, 7(2), 12.
- Ahmad Fauzi, d. (2020). *Metodologi Peneliti*. Purwokerto: CV. Pena Persada,.
- Anjayani, R. P., & Febriyanti, I. R. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada UMKM YJS Sukabumi). *Jurnal Multidisiplin Madana (MUDIMA)*, 2(9), 3612.
- Brosur. (2023, Desember 17). PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris.
- Buastuti, D. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Dewi, P. N. (2021). Analisis implementasi strategi pemasaran 7P pada usaha bakso wong jowo by tiwi. *Jurnal Industri dan Perkotaan*, 17(2), 8.
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). Bauran Pemasaran 7P dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management Terakreditasi Nasional*, 6(1), 122.
- Fadah, I., Vijonta, D. K., Dania, S. D., & Yuswanto, I. B. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran berdasarkan Prinsip Syariah (Studi Kasus: Meryva Shop di Kulonprogo, Yogyakarta). *Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 1(25), 25.
- Fauzan. (2019). *Manajemen Pemasaran Syariah Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Bildung.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Gajali, J. A., Hufron, M., & Rahman, F. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Nasi Bakar Bilmar Adam (Studi Pada Konsumen Nasi Bakar Bilmar Adam di Kecamatan Kumai Provinsi Kalimantan Tengah). *Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 40.
- Hamid, N. (2022). *Manajemen Haji dan Umrah: Mengelola Perjalan Tamu Allah ke Tanah suci*. Daerah Istimewa Yogyakarta: Semesta Aksara.
- Hanggraito, A. A., Wiratama, A. S., & Saifuddin, R. A. (2020). Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Meseum Batik Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata : Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 4(2), 79.

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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2021). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*. banten: Pascal Books.
- Hidayat, t. (2022). STRATEGI PEMASARAN PRODUK AL MULTAZAM GROUP DALAM. *manajemen haji dan umrah*, 2(2), 164.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers.
- Ibrahim, A. (2022). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*. banda acaeh: Ar-Raniry Press.
- Kaligis, T. I., Mandey, S., & Roring, F. (2021). Strategi Bauran Pemasaran pada Rumah Makan Box Weal Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1777.
- Khishiah, d. (2017). Persepsi Masyarakat Terhadap Rencana Pemerintah Membuka Area Pertambangan Emas di Desa Sumi Kecamatan Lambu Kabupaten Bima. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 1(2), 143.
- Kusumawan, A., & Fahrudin, A. (2018). Strategi Pemasaran dalam Rangka Meningkatkan Kuota Calon Jma'ah Umroh dan Haji Plus di PT. Tawwaabiin Sedayu Lawas Brondong Lamongan. *Jurnal Ekonomi Manjamen (EKOMAN)*, 12(2), 5.
- Lahilote, H. S. (2018). Kajian Yuridis Terhadap Agen Perjalanan (Travel Agent) dalam Bisnis Pariwisata. *Al-syir'ah*, 8(2), 521.
- Maharani, M. U., Sadiah, D., Mujib, A., & Mulqiyah, H. (2022). Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji dan Umroh dalam Meningkatkan Minat Calon Jemaah. *MABRUR: Academic Journal of Hajj and Umrah*, 1(6), 92.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Perspektif Syariah. *Mutawazin 9Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo*, 2(1), 21.
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli*. Jakarta: Atalya Rileni Sudeco.
- Nasuha, M. (n.d.). *Islamic Marketing*. Jepara: Lingkar Media.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Nurfauzia, V. (2020). Implementasi Strategi Pemasaran Pada Biro Perjalanan Umrah Dalam Perspektif Pemasaran Syariah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(2), 86.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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

- Oroh, G. J., Nelwan, O., & Lumintang, G. (2023). Penerapan Marketing Mix 7P pada CV. Indocipta Karya Gemilang Leilem. *Jurnal EMBA*, 11(1), 468.
- Pekanbaru, R. W. (2023, Mei 31). <https://www.riauwisatahati.com/riau-wisata-hati-pekanbaru/>.
- Pradita, E. H., Yuliati, N., & Atasa, D. (2022). Implementasi Bauran Pemasaran 7P pada CV. Citra Kreasindo di Kota Surabaya. *Jurnal Pertanian Agros*, 24(3), 1339.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 211-213.
- Priyanti, M. (2024, Januari 16). Jumlah Jamaah Umroh Capai 13,55 Juta Orang di 2023, Yuk Siapkan Modal ke Tanah Suci. <https://www.bareksa.com/berita/umroh/2024-01-10/jumlah-jamaah-umroh-capai-1355-juta-orang-di-2023-yuk-siapkan-modal-ke-tanah-suci>.
- Rachman, A., Haura, A., Sari, D. P., & Faluthamia, M. A. (2022). Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji dan Umrah IB pada BTN KCPS Tangerang. *Madani Syariah*, 5(1), 47.
- Ramadhan, Z. A. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 7P Dalam Mempertahankan Kelangsungan Usaha pada Situasi Pandemi Covi-19 di Kota Jakarta Timur (Studi Kasus Rumah Makan Ayam Geprek "Jenderal"). *STIE Maharudhika Surabaya*.
- Resmiatini, E., & Imanika, I. A. (2020). Analisis Implementasi Bauran Pemasaran 7P pada Bank Muamalat Kantor cabang Batu - Malang. *Jurnal Dialektika*, 5(1), 64.
- RI, K. A. (2020). *Tuntunan Menasik Haji dan Umrah*. Jakarta.
- Rifa'i, M. R., & Zen, M. (2021). Strategi Marketing Mix dalam Menghadapi Persaingan Pasar : Studi Kasus pada PT. Zamam Sumbula Thoyyiba Tangerang Selatan. *Jurnal Of Islamic Management*, 1(2), 155.
- Ritonga, H. M. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. (Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV. Sah Media.
- Salim, d. (2012). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Citapustaka Media.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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

Site 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.

- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Selawati, D., & Rosa, T. (2017). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Rumah di Aitami Residence Jatiranggon. *Ikaraitih-Humaniora*, 1(2), 13.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Karanganyar: Literasi Media Publishing.
- Suhenti, D. T., Amalia, N. F., & Ertama, R. (2021). Strategi Manajemen Pemasaran Paket Umrah Era New Normal. *SEMJ : Sharia Economic Management Business Journal*, 2(1), 38.
- Sukiati. (2016). *Metodologi Penelitian Sebuah Pengantar*. Medan: CV. Manhaji.
- Syamsiyah, N. (2023). Strategi Pemasaran Produk Umrah Pada Travel Smarts Umrah Lampung. *Jurnal Manajemen Haji dan Umrah*, 3(1), 4.
- Syarifuddin. (2022). *SEJARAH PEMASARAN DAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN*. Yogyakarta: CV. ISTANA AGENCY .
- Winarso, W., & Mulyadi. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Purwokerto Selatan: CV. Pena Persada.
- Yudaningsih, N. (2021). *Manajemen Pemasaran Saat Ini dan Masa Depan*. Cirebon: insania.
- Yudityawati, D. K., & Fitriyah, H. (2022). Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 47.
- Zainuddin, D. (2016). *Manasik Umrah Situs Bersejarah Makkah-Madinah*. Medan: Perdana Publishing.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Starateg*. NTB: Forum Pemuda Aswaja.
- Zaki, K. (2022). *Manajemen Syariah Viral Marketing dalam Perspektif Pemasaran Syariah*. Purwokerto: CV. Amerta Media.
- Zulfa, I., & Hariyani, T. (2022). Implementation of the 7P Marketing MIx In Increasing Sales Volume of Powerful SMES in Kediri Regency During the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)*, 2(1), 303.

LAMPIRAN

INSTRUMEN WAWANCARA

No	Judul	Indikator	Pertanyaan
1	Strategi pemasaran paket Umrah PT.Riau Wisata Hati cabang Airtiris dalam menarik minat calon jamaah	Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang dikatakan produk sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 2. Bagaimana pemanfaatan produk sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 3. Siapa yang menetapkan produk sebagai srategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 4. Apa yang menjadi pertimbangan dalam pembentukan produk sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?
2		Harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang dikatakan harga sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 2. Bagaimana pemanfaatan harga sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 3. Siapa yang menetapkan harga sebagai srategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 4. Apa yang menjadi pertimbangan dalam pembentukan harga sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 5. Apakah harga paket umrah di PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris terjangkau? 6. Bagaimana dengan fasilitas yang diberikan PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris pada paket umrah tersebut sesuai dengan harga yang dibayarkan
3		Promosi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang dikatakan promosi sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 2. Bagaimana pemanfaatan promosi sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata

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 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	Judul	Indikator	Pertanyaan
			<p>Hati cabang Airtiris?</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Siapa yang menetapkan promosi sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 4. Apa yang menjadi pertimbangan dalam pembentukan promosi sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 5. Dari promosi yang disampaikan PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris tersebut. Apakah sesuai dengan yang diterima jama'ah?
4		Tempat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang dikatakan tempat sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 2. Bagaimana pemanfaatan tempat sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 3. Siapa yang menetapkan tempat sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 4. Apa yang menjadi pertimbangan dalam pembentukan tempat sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?
5		Manusia (SDM)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang dikatakan SDM sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 2. Bagaimana pemanfaatan SDM sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?
6		Proses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang dikatakan proses sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 2. Bagaimana pemanfaatan proses sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 3. Bagaimana proses pelayanan yang diberikan PT. Riau Wisata Hati cabang

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	Judul	Indikator	Pertanyaan
7		Tampilan fisik	<p>Airtiris kepada jama'ah?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang dikatakan tampilan fisik sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 2. Bagaimana pemanfaatan tampilan fisik sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 3. Siapa yang menetapkan tampilan fisik sebagai srategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris? 4. Apa yang menjadi pertimbangan dalam pembentukan tampilan fisik sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?



TRANSKRIP WAWANCARA

- 1. Diteliti sebagai bagian atau seluruh karya tulis ini tanpa
- a. Pengujiannya hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
- b. Pengujiannya tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun t

Materi Wawancara	
Peneliti	Apa yang dikatakan produk sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?
Informan	<p>Heppy Putra : Produk pada strategi pemasaran merupakan suatu barang atau jasa yang akan ditawarkan kepada calon jama'ah. Dalam pemasarannya itu ada beberapa paket umrah yang ditawarkan kepada calon jama'ah.</p> <p>Eva Masita : Produk yang biasanya PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris yang akan dijadikan strategi pemasaran itu ada beberapa produk yang ditawarkan. Dari produk tersebut PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris akan mengutamakan paket umrah yang dapat melaksanakan 2 kali shalat jumat, satu di Madikah dan satu lagi di Mekkah. Tapi dari produk tersebut ada kuota jumlah jama'ah setiap kloternya kalau misalnya yang 2 kali shalat jumat penuh maka PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris akan menawarkan produk paket umrah 11 hari agar paket umrah tersebut dapat sama-sama penuh setiap kloternya. Namun ada juga promo paket umrah tentukan seperti Flash Sale dan super promo yang dapat ditawarkan sampai memenuhi kuota jama'ah pada kloter keberangkatannya, setelah penuh maka akan kembali ke paket umrah yang di awal untuk ditawarkan ke jama'ah.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Produk sebagai strategi pemasaran di PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris ada beberapa paket umrah diantaranya itu yang biasanya dijadikan sebagai strategi untuk menarik jama'ah ada paket umrah Flash Sale Umrah hemat 11 hari dan umrah 11 hari super promo, karena ini produk yang sedikit murah tapi jarak hotelnya lumayan jauh.</p>
Peneliti	Bagaimana pemanfaatan produk sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?
Informan	<p>Heppy Putra : Dari beberapa paket umrah tersebut akan dapat memudahkan pemasaran, dengan minat jama'ah untuk berkunjung ke Baitullah itu sangat tinggi, ketika musim haji yang menunggu jadwalnya sangat lama hingga belasan tahun. Dengan antrian untuk melaksanakan haji ini lama sehingga masyarakat banyak ingin ke Baitullah maka paket umrah ini salah satu peluang masyarakat untuk berkunjung ke Baitullah.</p> <p>Eva Masita : Pemanfaatan dari produk dalam strategi pemasarannya PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris dapat membantu jama'ah untuk beribadah dengan fasilitas yang nyaman, ada kepuasan tersendiri yang dirasakan selain itu</p>



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun t

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic U

Materi Wawancara	
<p>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 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.</p>	<p>juga dari program paket umrah jama'ah akan dibekali ilmu tentang beribadah umrah pada saat pelatihan manasik umrah. Ayu Sri Afriani : Kita dapat mengenalkan PT. Riau Wisata Hati ini, dengan pemanfaatan produk ini kita memberikan kepastian kepada jama'ah bahwa kita pasti berangkat walaupun paket umrahnya itu ada 23 juta aja.</p>
<p>Peneliti</p>	<p>Siapa yang menetapkan produk sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?</p>
<p>Informan</p>	<p>Heppy Putra : Untuk ketetapan paket umrah seluruh sistem yang ada di PT. Riau Wisata Hati itu semuanya sama baik yang pusat maupun cabang, jadi PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris hanya memasarkan produk yang telah ditetapkan oleh owner pusat dengan strategi pemasaran yang menyesuaikan dengan target pasar dari kantor cabangnya. Eva Masita : Untuk penetapan produknya kami tetap mengaju dari pusat, karena setiap cabang itu diberikan ketetapan yang sama untuk produknya, jadi kami di sini hanya memasarkannya saja dengan strategi pemasaran tersendiri. Ayu Sri Afriani : Kita masih mengambil ajuan dari PT. Riau Wisata Hati yang di pusat, jadi kami di cabang umrah tidak dapat menetapkan tersendiri paket umrahnya.</p>
<p>Peneliti</p>	<p>Apa yang menjadi pertimbangan dalam pembentukan produk sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?</p>
<p>Informan</p>	<p>Heppy Putra : Sebagai kantor cabang yang menjadi perpanjangan tangan dari kantor pusat untuk membantu calon jama'ah yang ingin berangkat ibadah umrah dengan menggunakan jasa travel PT. Riau Wisata Hati. Makanya pembentukan produk itu tetap sama ketentuannya agar tidak merugikan pihak mana pun baik dari jama'ahnya maupun yang mengeloh dari PT. Riau Wisata Hati pusat dan cabang. Sebagai strategi pemasaran produknya ada beberapa pilihan paket umrah yang akan dipasarkan seperti promo flash sale, super promo dan umrah andalan. Eva Masita : Untuk pertimbangannya itu kami menentukan produk mana yang akan lebih diminati oleh calon jama'ah dan yang menjadi senjata untuk kami pasarkan.</p>



1. Dianggap mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerjemahan atau pengolahan ulang terhadap karya tulis yang terdapat dalam sumber yang dikutip.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic U

Materi Wawancara	
	Ayu Sri Afriani : Untuk pertimbangan itu dari fasilitas produknya, ada target ditiap bulannya untuk setiap produk yang akan menjadi produk terlaris di bulan tersebut. Pada akhir tahun ini momen yang tepat untuk kami menentukan produk apa yang bagus dan kuliatas yang tinggi dengan hotel, pesawat yang segala keperluan jama'ah selama beribadah umrah.
Peneliti	Apa yang dikatakan harga sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?
Informan	<p>Heppy Putra : PT. Riau Wisata Hati itu berkomitmen untuk memberikan pelayanan, akomodasi, hotel yang maksimal untuk jama'ah tetapi dengan harga yang terjangkau bagi jama'ah. Jadi intinya PT. Riau Wisata Hati memberikan harga yang terjangkau dengan fasilitas pelayanannya maksimal.</p> <p>Eva Masita : Harga dalam strategi pemasarannya itu sesuai dengan fasilitas paket umrah itu sendiri, bukan berarti beda pelayanannya tapi yang membedakan harga dari setiap paket umrah itu hanya dari berapa hari ibadahnya, pesawatnya apa, hotelnya jauh atau dekat dan jumlah orang dalam kamar hotelnya. Jadi dari perbedaan tersebut maka harganya akan berbeda juga dengan pelayanan yang sama yang akan diberikan kepada jama'ah. Selain itu, kami juga ada promo di waktu tertentu yang akan kami jadikan daya tarik untuk calon jama'ah karena promo ini harganya akan berbeda dari biasanya.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Dari harga paket umrah yang ditawarkan itu sudah termasuk strategi biaya pesawat yang dipakai, ketentuan hari di Madinah dan di Mekkah, biaya Tour dan biasanya itu kita sudah termasuk semua perlengkapannya sehingga jama'ah tidak perlu pengeluaran tambahan lagi. Selain itu untuk jama'ah yang mungkin ingin mengundarkan jadwal keberangkatan karena sakit atau tidak dapat cuti jama'ah tidak dikenakan biaya tambahan lagi kecuali pembatalan yang tidak jelas itu untuk DP 5 juta akan hangus.</p>
Peneliti	Bagaimana pemanfaatan harga sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?
Informan	Heppy Putra : Dengan harga yang terjangkau , fasilitas yang lengkap serta pelayanan yang maksimal yang akan



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Materi Wawancara	
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	<p>diterima oleh jama'ah maka jama'ah akan lebih tertarik dengan penawaran harga yang di tetapkan.</p> <p>Eva Masita : Dari pemanfaatan harga setiap paket umrah ini jama'ah dapat menentukan fasilitas yang mana yang akan mereka pilih. Dengan adanya promo juga calon jama'ah akan lebih tertarik untuk daftar ibadah umrah bersama PT. Riau Wisata Hati. Dari pendapat jama'ah yang bercerita kepada kami bahwa mereka merasakan harga dari paket umrah yang ada di PT. Riau Wisata Hati ini lebih murah dan pelayanannya juga memuaskan.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Kami sekarang itu sedang mengincar jama'ah yang ada dilapian terdalam maksudnya jama'ah yang tinggal jauh dari kantor PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris tapi masih masuk lingkup kecamatan Kampar, seperti daerah Tapung. Masyarakat di sana kebanyakan yang memiliki kebun sawit namun susah untuk daftar umrah. Ada tim pemasaran kita yang dari Tapung yang akan menjelaskannya, kita manfaatkan harga dari Flash Sale ini untuk menarik mereka untuk merasakan pelayanan di PT. Riau Wisata Hati. Dari pemanfaatan harga promo seperti itu biasanya akan ada calon jama'ah yang diajak oleh mereka yang telah tau akan harga dan kualitasnya.</p>
Peneliti	Siapa yang menetapkan harga sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?
Informan	<p>Heppy Putra : Untuk harga penjualannya kita mengaju pada satu harga yang telah sesuai dengan ketentuan dari kantor pusat. Namun nantinya akan ada momen tertentu yang akan diberikan oleh pihak kami kantor cabang kepada jama'ah.</p> <p>Eva Masita : Untuk harganya kami tetap mengaju dari pusat, nanti akan ada momennya untuk diskon harga paket umrahnya.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Dalam menetapkan harga itu bapak Heppy Putra dan ibuk Eva Masita untuk di bagian cabang ini. Karena ada prospek yang ingin kami capai supaya dapat satu kelompok sekitar 40-45 orang. Jadi nanti tim pemasaran mana yang bisa dapat target calon jama'ah maka tim pemasaran itu akan dapat berangkat umrah gratis sekaligus untuk membimbing jama'ah umrah. Namun jika target dari kami cabang tidak mencukupi kolter keberangkatann\ya misalnya kurang 5 orang, maka nanti gabung gabung dengan jama'ah dari pusat agar mencukupi ktoler keberangkatannya.</p>
Peneliti	Apa yang menjadi pertimbangan dalam pembentukan harga sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati



Materi Wawancara	
	cabang Airtiris?
Informan	<p>Heppy Putra : Harga paket umrah akan menyesuaikan fasilitas yang diterima oleh jama'ah untuk hotel, pesawat dan perlengkapan lainnya selama perjalanan beribadah umrah.</p> <p>Eva Masita : Pastinya ada harga ada kualitas jadi pertimbangannya kami akan memberikan yang terbaik untuk jama'ah mulai dari hotel, pesawat, makanannya agar jama'ah puas dengan yang mereka bayarkan.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Untuk harga itu tidak bisa dikurang atau ditambah tetap mengaju pada ketentuan kantor pusat. Namun dari kantor pusatnya ada pertimbangan kualitas hotel atau pesawatnya yang bagus maka harganya akan ditingkatkan juga, misalnya pada saat ini di akhir tahun 2023 orang-orang mengincar waktu liburan untuk beribadah umrah bersama keluarganya. Dengan harga yang telah kami tingkatkan, orang akan tetap mengambil paket umrahnya. Karena waktunya bertepatan dengan akhir tahun suasananya dingin juga, jadi orang akan tertarik. Makanya dalam pembentukan harga dalam strategi pemasarannya kami melihat momen yang tepat seperti liburan, bulan muharam, setelah musim haji itu momen yang bagus untuk menetapkan harga dengan tetap memperhatikan kualitasnya.</p>
Peneliti	Apakah harga paket umrah di PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris terjangkau?
Informan	<p>Daslaini : Harganya sangat terjangkau, karena waktu itu saya milih paket umrah yang 11 hari dengan harga Rp. 27.000.000.-</p> <p>Reti Erfina : Sangat cukup terjangkau, ada yang promo Rp. 25. 000. 000.- dan harga standar Rp. 28. 000.000.- dan dengan harga Rp. 34.000.000.- (paket umrah ini hotelnya dipelantara masjidil haram). Saya sudah 2 kali menggunakan jasa travel PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris.</p>
Peneliti	Bagaimana dengan fasilitas yang diberikan PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris pada paket umrah tersebut sesuai dengan harga yang dibayarkan?
Informan	Daslaini : Untuk fasilitas pada saat di Makkah itu hotelnya cukup dekat sekitar 500 meter, makan, tempat tidur,

Materi Wawancara	
	<p>kemudian disediakan bis untuk Tour. Kami juga diberikan kain batik, koper, tas selampang, id card, buku panduan doa. Jadi saya merasa puas pada harga yang dibayarkan tersebut dengan fasilitas yang diberikan oleh PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris</p> <p>Reti Erfina : Fasilitasnya Alhamdulillah jama'ah sangat puas, hotel, makanan dan semuanya bagus</p>
Peneliti	<p>Apa yang dikatakan promisi sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?</p>
Informan	<p>Heppy Putra : Pemasarannya telah difasilitas oleh kantor pusat, jadi kita dapat mengembangkannya lagi dengan tidak mengubah isi dari paket umrah tersebut. Strategi pemasarannya ada online atau offline, untuk online kita akan melakukan promosi di media sosial sedangkan untuk promosi offline itu brosurnya akan di sebarkan dari masjid ke masjid, dan ditempat keramaian tertentu.</p> <p>Eva Masita : Promosi yang kami lakukan dalam bentuk pembagian brosur, promosi di media sosial seperti Facebook, Instagram, What Apps, WABomber. Ada juga tim pemasaran yang akan menyampaikan informasi ke masyarakat dan ada juga pada saat wirid-wirid jadi nanti akan di informasikan bawah di Airtiris ini sudah ada PT. Riau Wisata Hati yang dapat melayani pelayanan ibadah umrah.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Untuk promosinya kami pastinya akan mengutamakan paket umrah Flash Sale karena murah, perlu diketahui juga untuk harga kami tidak bisa menambah atau mengurangnya. Kami juga join dengan mini market karena pamilik PT. Riau Wisata Hati ini juga memiliki mini market di samping kantor. Kami mengadakan Gebyar berdirinya mini market jadi hadiahnya ada satu paket umrah pemenang utama, selain itu ada Voucher potongan harga Rp. 100.000-1.000.000 untuk orang yang daftar. Otomatis yang jadi target pemasaran kami dalam promosi ini adalah member dari mini market tersebut dan beberapa mini market lainnya milik dari pemilik PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris.</p> <p>Abdul Wahid : Promosinya menggunakan peralatan yang telah disediakan oleh kantor, misalnya, spanduk, brosur dan sebagainya.</p>



- Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.
 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun t

Materi Wawancara	
Peneliti	Bagaimana pemanfaatan promosi sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?
Informan	<p>Heppy Putra : Dari promosi tersebut akan banyak jama'ah yang akan bertanya tentang paket umrahnya sehingga dapat menarik jama'ah, kemudian dari jama'ah itu akan mempromosikannya kembali kepada keluarga tentang PT. Riau Wisata Hati.</p> <p>Eva Masita : Pemanfaatan dari promosi ini dapat dikenal oleh Masyarakat dan akan ada Masyarakat yang daftar umrah dengan PT. Riau Wisata Hati. Dari beberapa promosi yang kami lakukan orang akan lebih cepat mengenalnya melalui media sosial karena promosi di media sosial itu jangkauannya akan lebih luas sehingga orang dapat mengetahuinya, dari itu juga orang langsung bisa menghubungi pihak kami untuk mengetahui lebih detail tentang paket umrahnya, nanti setelah sesuai dengan keinginan calon jama'ahnya bisa langsung ke kantor dengan membawa persyaratan lengkap.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Cabang ini bisa dikatakan cabang baru di wilayah Kabupaten Kampar karena Masyarakat lebih mengenal yang di Pekanbaru atau Bangkinang jadi untuk pengenalan itu kurang. Tetapi setelah adanya Gebyar dan tim pemasaran yang memberikan fasilitas ke calon jama'ah untuk tidak perlu datang ke kantor jadi semua administrasi pendaftaran dikerjakan langsung oleh tim pemasaran, calon jama'ah cukup melengkapi persyaratannya saja dan untuk mengurus paspor ke kantor imigrasi pun tim pemasaran yang menyediakan kendaraannya. jadi ini bentuk dari strategi yang kami lakukan sehingga jama'ah itu sendiri yang akan bercerita ke orang lain untuk daftar ke travel kami melalui tim pemasaran yang ada di wilayah tersebut.</p> <p>Abdul Wahid : Dengan menceritakan pengalaman pribadi pada saat melaksanakan ibadah umrah bersama RWH kepada masyarakat dan orang terdekat.</p>
Peneliti	Siapa yang menetapkan promosi sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?
Informan	Heppy Putra : Kami sebagai tim yang akan bekerja sama untuk menetapkan promosi yang akan di gunakan dalam memasarkan produknya.



Materi Wawancara	
	<p>Eva Masita : Nanti kami dengan tim akan bekerja sama untuk menentukan strategi pemasaran seperti apa yang akan dilaksanakan dalam memasarkan paket umrah ini agar dapat di kenal oleh khalayak ramai.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Itu masih bapak Heppy Putra dan ibuk Eva Masita yang menetapkannya, jadi mengikuti arahan dari mereka. Tapi tetap mengajuin dulu ke kantor pusat program apa saja yang akan dilaksanakan seperti Gebyar dan Voucher. Namun kami tidak akan mencantumkan di brosur, jika kami cantumkan di brosur nanti ada di promosikan ke media sosial potongan harga sedangkan cabang lain tidak ada otomatis nanti menjadi permasalahan. Makanya kami akan langsung sampaikan ke calon jama'ah kami mengadakan Gebyar dan Voucher.</p>
Peneliti	Apa yang menjadi pertimbangan dalam pembentukan promosi sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?
Informan	<p>Heppy Putra : Dalam promosinya tentu akan dipilih bagaimana cara yang efektif dan efisien dan dapat dijangkau oleh semua kalangan. Jadi kita menentukan strategi yang dipakai dalam promosi seperti aktif di media sosial dan mebagian brosur-brosurnya.</p> <p>Eva Masita : Pertimbangannya hanya untuk biaya untuk promosi, karena bikin brosur dan poster yang dipasang pinggir jalan itukan juga butuh biaya.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Biaya untuk membuat poster-proter yang ada di pinggir jalan. Kemudian biaya poster untuk di wilayah yang ada tim pemasarannya, dalam poster tersebut bukan nomor telepon kantor lagi tapi langsung nomor telepon tim pemasarannya karena Masyarakat akan lebih mengenalnya dibandingkan kami jadi dapat memudahkan calon jama'ah untuk berkomunikasi. Untuk poster tepi jalan itu masih nomor telepon kami di kantor yang di cantumkan.</p>
Peneliti	Dari promosi yang disampaikan PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris tersebut. Apakah sesuai dengan yang diterima jama'ah?



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun t
- a. Penelitian tidak mengutamakan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- b. Penelitian tidak mengutamakan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hal cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic U

Materi Wawancara	
Informan	<p>Daslaini : Untuk promosi mengenai paket umrah yan telah tertera pada brosurnya kami menerima segala yang telah disampaikannya. Jadi sepadan lah promosi dan kenyataannya.</p> <p>Rti Erfina : Sangat sesuai promosi dan yang diterima.</p>
Peneliti	Apa yang dikatakan tempat sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?
Informan	<p>Heppy Putra : Tentunya dengan tempat yang strategis akan dapat memudahkan transaksi dalam proses penjualan produk paket umrahnya, selain itu juga jama'ah akan lebih menganal PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris ini dengan tempat yang jelas atau nyata.</p> <p>Eva Masita : Untuk tempatnya sebelumnya didalam gabung dengan mini market, jadi orang kurang tau kalau ada PT. Riau Wisata Hati cabang Airttiris yang dilihat itu hanya palang nama tapi tidak lihat kantornya langsung dari luar, yang tau itu hanya orang-orang yang berbelanja di mini market karena mereka langsung masuk ke dalam. Makanya tempatnya itu dimajukan kedepan dan dibikinkan sekat pembatas dengan mini market agar orang yang lewat di jalan raya bisa melihat ada kantornya.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Awalnya kantor ini di simpang Ranah karena Covid-19 dan orang tidak ada yang daftar makanya dipindahkan, gabung dengan mini market. Setelah ada peraturan baru bahwa kantornya itu tidak boleh gabung dengan usaha yang lain dalam artian ada sekatnya walaupun masih di tempat yang sama.</p>
Peneliti	Bagaimana pemanfaatan tempat sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?
Informan	<p>Heppy Putra : Adanya kantor cabang di sini untuk memudahkan administrasi dan informasi jama'ah pada PT. Riau Wisata Hati. Dengan tempat adanya kantor tersendiri maka fokusnya akan lebih privasi karena tidak akan terganggu dengan aktivitas yang lainnya dan jama'ah akan lebih nyaman untuk berinteraksi.</p> <p>Eva Masita : Tempat sekarang ini lebih nyaman dan privasinya ada untuk calon jama'ah yang ingin diskusi mengenai paket umrah. Karena sebelumnya itu pastinya akan banyak orang yang datang ke mini market dan akan terganggu.</p>

Materi Wawancara	
<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-undang 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.</p>	<p>Ayu Sri Afriani : Pemanfaatan tempat ditetapkan jadi kantor karena nantinya orang-orang yang belanja ke mini market akan melirik dan mampir untuk sekedar mengetahui paket-paket umrahnya. Kemudian terletak di tepi jalan raya Bangkinang-Pekanbaru, di depannya juga ada masjid jadi orang-orang akan singgah untuk shalat dan tahu kantor PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris ada di sini. Tempatnya juga terletak di samping simpang jalan desa dan masyarakat juga akan tahu.</p>
<p>Peneliti Informan</p>	<p>Siapa yang menetapkan tempat sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?</p> <p>Heppy Putra : Untuk tempat yang di cabang ini kita akan mengajukan izin terdahulu ke pihak pusat untuk penempatan tempatnya ini sebagai kantor cabang yang strategis dan sesuai dengan ketentuannya.</p> <p>Eva Masita : Jadi penetapan tempatnya ini awalnya kami pihak cabang akan mengajukan izin kepada pihak pusat untuk penetapan tempatnya. Jadi pihak pusat akan melakukan survey untuk menentukan apakah tempatnya layak dijadikan kantor cabang yang strategi dalam pemasarannya.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Untuk penetapan tempatnya langsung dari pemilik cabangnya, setelah keluar aturan untuk tidak boleh bergabung dengan usaha lain, makanya dimajukan ke depan dan dibikikan sekat pembatasnya. Setelah itu ada survey lagi dari orang kantor pusat untuk menilai tempatnya apakah tempatnya nyaman untuk calon jama'ah jika nanti banyak calon jama'ah yang datang sekaligus untuk mendaftar.</p>
<p>Peneliti Informan</p>	<p>Apa yang menjadi pertimbangan dalam pembentukan tempat sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?</p> <p>Heppy Putra : Pertimbangannya untuk tempat pastinya mengutamakan kenyamanan jama'ah dalam berinteraksi pastinya dan tempat yang tersendiri.</p> <p>Eva Masita : Pertimbangan dari penetapan tempat pastinya harus adanya ruangan tersendiri untuk kantornya dan ditempatnya ada karyawan yang stay di kantor.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Pertimbangan awalnya memutuskan pindah ke tempat sekarang karena covid-19 sehingga tidak ada</p>



Materi Wawancara	
	sama sekali yang daftar umrah dan juga mengingat biaya maka tempatnya di pindahkan ke mini market.
Peneliti	Apa yang dikatakan manusia (SDM) sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?
Informan	<p>Heppy Putra : SDM ini dapat membantu untuk menginformasikan dan melayani administrasi jama'ah, untuk di kantor itu akan ada shif setiap orangnya jadi kantor bukan setiap harinya. Ada juga tim lainnya dalam pemasangan spanduk, pembagian brosur dan juga akan bekerja sama dengan beberapa instansi atau pondok pesantren tertentu yang punya visi dan misi yang sama dengan kita.</p> <p>Eva Masita : Sumber daya manusia sebagai pelaku dalam pemasarannya yang aktif dan bisa berkomunikasi dengan calon jama'ah, dapat menjelaskan apa saja yang diterima jama'ah jika mengambil salah satu paket umrahnya. Peran sumber daya manusia itu penting menyakini calon jama'ah untuk daftar umrah bersama PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Sebagai sumber daya manusianya yang terutama itu komunikasi, jika tidak bisa komunikasi dengan calon jama'ah akan susah nanti calon jama'ah akan ragu. Jadi paham konsep dari brosurnya dan penyampaian ke calon jama'ahnya harus mengena. Dapat menjawab pertanyaan calon jama'ah tentang hotel, pesawat jadi sumber daya manusianya harus update akan informasi terbaru mengenai perjalanan umrah walaupun mereka sendiri belum pernah pergi. Biasanya yang akan menghadapi pertanyaan calon jama'ah itu yang bagian administrasinya karena mereka yang bertugas melayani pendaftar, seperti kemarin bapak Heppy Putra pergi umrah jadi ketua kelompok jadi kita harus nanya bagaimana kondisi selama perjalanan umrah sehingga kita dapat menjelaskan ke calon jama'ahnya. Kita juga bisa berkomunikasi dengan jama'ah yang sedang berangkat umrah untuk Video Call untuk mnegetahui atau nanti ada jama'ah yang mengirimkan Video selama perjalanan umrahnya. Jadi itu dapat menjadi bukti untuk kami agar dapat menjelaskan kepada calon jama'ah, sebagai sumber daya manusia kita harus update akan informasi.</p>
Peneliti	Bagaimana pemanfaatan SDM sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?



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

Materi Wawancara	
Informan	<p>Heppy Putra : Dengan tugas seiap masing-masing SDMnya akan mempermudah proses administrasinya, pelayanan dan pemasarannya.</p> <p>Eva Masita : Dengan adanya sumber daya manusia kami dapat terbantu juga dalam memasarkan paket umrahnya, karena mereka yang akan lebih sering bertemu dengan calon jama'ah baru. Ada tim yang di kantor, tim yang di lapangan, jadi kami tidak repot untuk mengerjakannya sendiri.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Pemanfaatannya pada tim pemasarannya kami mencari orang yang terkenal di setiap daerah yang menjadi target. Selain terkenal mereka juga orang yang memiliki banyak koneksi misalnya seorang guru, jadi kami memanfaatkan orang seperti itu untuk menyampaikan paket-paket umrah PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris ini.</p>
Peneliti	Siapa yang menetapkan SDM sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?
Informan	<p>Heppy Putra : Kita yang akan menetapkan SDM tersebut sesuai dengan kebutuhan dalam strategi pemasarannya.</p> <p>Eva Masita : Kami yang menentukan sumber daya manusia yang bisa bekerja sama dengan tim PT. Riau Wisata Hati cabang Aitiris. Siapa yang aka nada di kantor, siapa tim pemasarannya, siapa tim yang akan promosi di media sosial dan pemasangan poster serta pembagian brosurnya.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Penetapan sumber daya manusia itu tetap dari bapak Heppy Putra dan ibuk Eva Masita karena orang-orang akan langsung menghubungi beliau ingin menjadi tim pemasarannya, namun untuk menjadi tim pemasaran pasti adanya seleksi.</p>
Peneliti	Apa yang menjadi pertimbangan dalam pembentukan sumber daya manusia sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?
Informan	<p>Heppy Putra : Pastinya memilih SDM yang akan mau bekerjasama dengan kita dan loyalitas dalam mengerjakan tugasnya.</p> <p>Eva Masita : Pasti adanya seleksi yang akan kami lakukan langsung dalam pembentukan timnya, terutama bagian tim</p>

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

Materi Wawancara	
	<p>pemasaran karena nantinya mereka yang akan mengenalkan PT. Riau Wisata Hati cabang Aitiris ini ke Masyarakat. Diperlukan orang-orang yang terkenal di Masyarakat itu dan yang aktif di komunitas dalam Masyarakat.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Untuk pertimbangan sumber daya manusia ada seleksinya jadi kami akan tanya-tanya dulu apakah sumber daya manusia ini bisa jadi bagian tim pemasarannya. Bisa juga dengan adanya bentuk ujian gitu misalnya dites untuk satu orang membawa calon jama'ah 10 orang yang ingin daftar umrah di PT. Riau Wisata Hati, jadi setelah itu dapat dibicara lebih lanjut. Untuk jadi tim pemasaran itu ada MOU (kesepakatan). Selain dari mereka yang datang ke kantor mau jadi tim pemasaran ada juga orang yang sudah pernah berangkat umrah dengan travel ini mebawa calon jama'ah, jadi kami yang menarik beliau untuk menjadi tim pemasaran kami.</p>
Peneliti	<p>Apa yang dikatakan proses sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?</p>
Informan	<p>Heppy Putra : Segala prosesnya kita layani untuk membantu jama'ah dalam proses administrasi kelengkapan persyarakatan jama'ah sehingga prosesnya yang lain, sehingga jama'ah terbantu dengan proses-proses yang untuk keberangkatan ibadah umrah. Kemudian proses pembayaran awalnya bisa DP dulu dan pelunasannya 30 hari sebelum berangkat.</p> <p>Eva Masita : Untuk proses jama'ah itu pastinya pendaftaran nanti akan dibantu segala proses administrasi, biasanya calon jama'ah terkendala dengan paspor jadi kami yang akan langsung bantu uruskan ke kantor imigrasinya. Setelah pelengkapan syarat pendaftaran, akan ada menasik umrah langsung bersama tim kami dan untuk keberangkatan akan kami antarkan langsung kebandara.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Biasanya setiap bulan kami akan kumpul dengan semuanya ada tim pemasaran juga. Untuk evaluasi agar dapat tahu perkembangan atau kendala setiah wilayah tim pemasaran, nantinya akan ditanya prospek dari masing-masing dari kita. Selain proses dari kami sebagai staf, kami juga akan berkomunikasi dengan jama'ah yang sedang melaksanakan ibadah umrah. Jadi nanti kami akan menghubungi jama'ah untuk menanyakan kepuasan mereka terhadap layanan PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris.</p>



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun t

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menuliskan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan

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

State Islamic U

Materi Wawancara	
	Abdul Wahid : Proses administrasinya akan bapak selesaikan sendiri tanpa membawa calon jama'ah ke kantor.
Peneliti	Bagaimana pemanfaatan proses sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?
Informan	<p>Heppy Putra : Dari proses pelayanan yang telah dibantu oleh pihak kita, maka jama'ah akan mendapatkan kepuasan dalam pelayanannya, sehingga beberapa jama'ah akan kembali untuk menggunakan jasa travel kami untuk melaksanakan ibada umrah.</p> <p>Eva Masita : 'Setiap proses jama'ah tadi akan kami bantu semua jadi jama'ah merasa puas dengan pelayanan yang kami berikan. Makanya dari pelayanan yang telah merasa rasakan, jama'ah akan nantinya menceritakan ke keluarga dan teman-teman untuk daftar umrah juga dengan PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris ini.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Sepulang jama'ah itu dari umrah mereka akan bercerita kepada orang-orang apa yang mereka rasakan pelayanan selama perjalanan umrah. Setelah mereka cerita ada juga calon jama'ah yang mereka bawak kesini untuk daftar umrah. Jadi dari cerita jama'ah tadi kami pastikan jama'ah itu puas akan pelayanannya.</p>
Peneliti	Bagaimana proses pelayanan yang diberikan PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris kepada jama'ah?
Informan	<p>Daslaini : Dari pelayananya sangat bagus, saat beribadah setiap kelompok ada yang mendampingi dari pihak travelnya. Kemudia selama beribadah kami dibimbing dalam pelaksaian ibadah umrah</p> <p>Reti Refnita : Pelayananya juga bagus, baik saat di perjalanan maupun sampai di tanah air.</p>
Peneliti	Apa yang dikatakan tampilan fisik sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?
Informan	Heppy Putra : Sebagai strategi pemasaran untuk dapat menarik jama'ah pada paket umrah yang kami tawarkan, maka kami menampilkan bukti nyata bahwa sudah banyak jama'ah yang merasakaa pelayanan yang kami berikan. Melalui media sosial kami akan menampilkan kegitan-kegiatan jama'ah selama beribadah umrah dengan menggunakan jasa travel kami. Untuk desain brosurnya kami akan langsung berkonsultasi dengan pihak editing yang ada di kantor pusat.

Materi Wawancara

Eva Masita : Kami akan menampilkan paket umrah yang banyak di minati oleh calon jama'ah, dengan desain yang menarik. Dengan menampilkan fasilitas yang akan diterima jama'ah dan harganya, di desain tersebut sudah kami jelaskan secara rinci. Untuk isi dan informasi dari desainnya kami tetap mengikuti arahan dari pusat tetapi kami hanya mengganti bentuk dari desainnya, nomor telepon, foto-foto jama'ah yang sudah berangkat bersama PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris.

Ayu Sri Afriani : Tampilan fisik di media sosial menampilkan kepuasan jama'ah atas layanannya, video jama'ah yang sedang gembira-gembiranya itu jadi strategi pemasaran. Selanjutnya tentang brosur-brosur yang kami bagikan dan dipasang tepi jalan. Selain itu kami juga memberikan perlengkapan seperti kain batik, sajadah, koper, tas selempang, id card, buku doa dan panduan umrah, tas sandal, mukenah bagi perempuan, kain ihram dan ikat pinggang bagi laki-laki.

Peneliti : Bagaimana pemanfaatan tampilan fisik sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?

Informan : Heppy Putra : Dengan adanya bukti nyata yang kami tampilkan tersebut pastinya akan dapat menarik calon jama'ah. Karena dapat mempengaruhi Keputusan calon jama'ah terhadap produk dan pelayanan yang kami berikan.

Eva Masita : Jadi kita memiliki pegangan dan pedoman yang bisa disampaikan kepada calon jama'ah dapat membantu saat promosi.

Ayu Sri Afriani : Pemanfaatannya itu sesuatu yang menarik pastinya, untuk ditampilkan itu pasti bagian promo, karena akan banyak yang mengejar promo-promo. Jadi dari promo yang ditampilkan itu nantinya ada yang menghubungi kami untuk mengetahui lebih detail tentang promo paket umrah tersebut.

Peneliti : Siapa yang menetapkan tampilan fisik sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris?

Informan : Heppy Putra : Untuk desainnya produknya kami akan berkonsultasi langsung dengan pihak editing di kantor pusat, namun nanti akan ada sedikit perubahan yang kami lakukan seperti foto ustadz yang kami tampilkan dan nomor telpon pihak kami.

Materi Wawancara	
<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <p>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.</p>	<p>Eva Masita : Untuk desainnya dalam pemasaran itu kami dari pihak cabang yang akan menetukannya bekerja sama dengan pihak printing, karena kantor cabang belum punya tim khusus desain.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Untuk menetapkannya itu langsung bapak Heppy Putra, karena untuk memasang brosur dipinggir jalan itu dia yang memasangkannya dan ada orang juga yang akan diminta tolong untuk memasangnya.</p>
<p>Peneliti</p>	<p>Apa yang menjadi pertimbangan dalam pembentukan tampilan fisik sebagai strategi pemasaran pada PT. Riau Wisata Hati cabang Airtiris?</p>
<p>Informan</p>	<p>Heppy Putra : Jadi sebelum kita menampilkan produk yang ingin ditampilkan untuk menarik minat calon jama'ah, kita Bersama tim pemasaran akan berdiskusi paket umrah mana yang akan kita targetkan dalam pemasaran.</p> <p>Eva Masita : Kita akan bersikusi menentukan paket umrah apa yang akan ditampilkan sebagai pemasarannya”.</p> <p>Ayu Sri Afriani : Jadi kita akan diskusi dulu dengan tim pemasarannya paket umrah yang aman yang akan kita capai targetnya minimal 45 orang atau satu kelompok yang langsung berangkat. Kalau sudah setuju untuk mencapai salah satu paket umrahnya, maka nantinya paket umrah itulah yang akan ditampilkan.</p>

DOKUMENTASI



© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

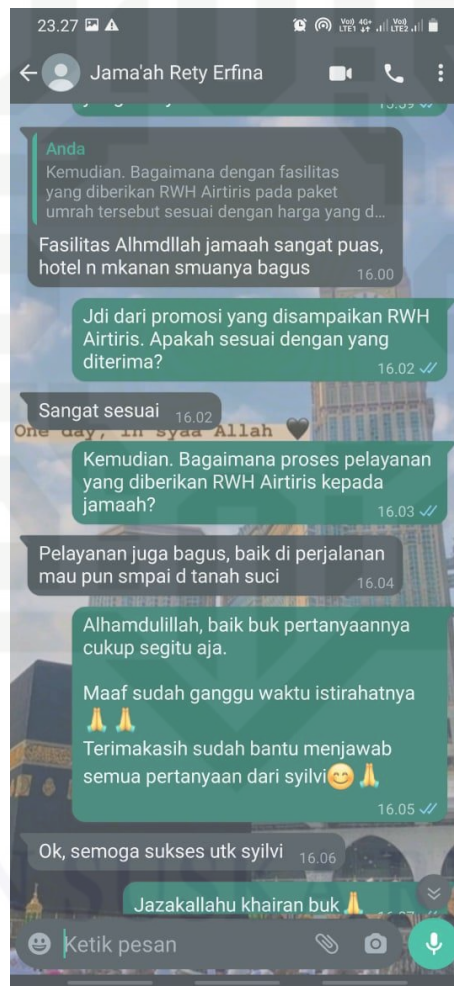
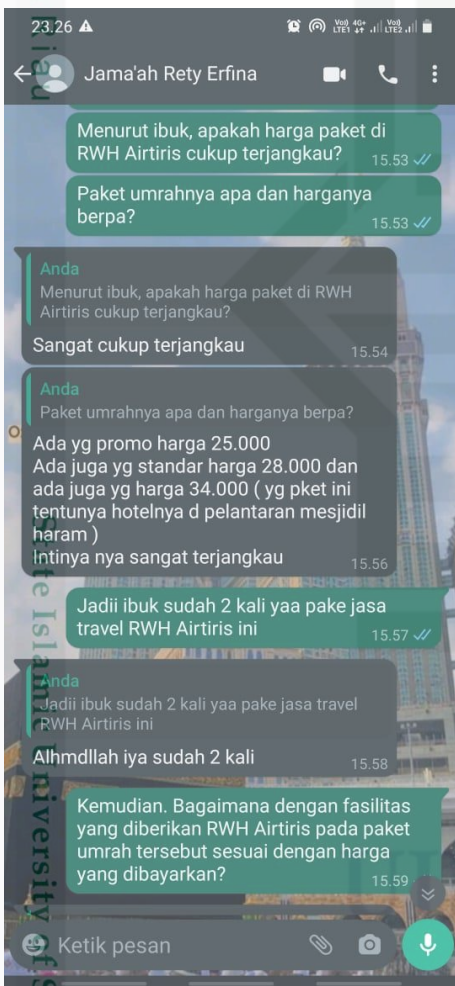
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

© 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.





UIN SUSKA RIAU

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

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No.155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani – Pekanbaru 28298 PO Box.1004
Telepon (0761) 562051; Faksimili (0761) 562052
Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id>, E-mail: fdk@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 5 Mei 2023

Nomor : B-872/Un.04/F.IV/PP.00.9/05/2023

Sifat : Biasa

Lampiran : 1 (satu) berkas

Hal : Penunjukan Pembimbing
a.n. **SYILVI MAWARNI**

Kepada Yth.

Khairuddin M.Ag

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Suska Riau

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh,

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n. **SYILVI MAWARNI NIM.12040424517** dengan judul **"STRATEGI PEMASARAN PAKET UMRAH PT. RIAU WISATA HATI DALAM MENARIK MINAT CALON JAMA'AH"** Bimbingan yang saudara berikan meliputi:

1. Materi / Isi skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan**.

Atas kesediaan dan perhatian Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam
Dekan,



Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA
NIP. 19831118 200901 1 006

Tembusan :
Yth. Ketua Prodi Manajemen Dakwah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip, menggandakan, atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan 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.
Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

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

Jln. H.R. Soebrantas KM. 15 No. 155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani - Pekanbaru 28298 PO Box. 1004
Telpon (0761) 562051; Faksimili (0761) 562052
web: https://fdk.uin.suska.ac.id, E-mail: fdk@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 21 November 2023

Nomor B- 5148/Un.04/F.IV/PP.00.9/11/2023
Sifat Biasa
Lampiran: 1 (satu) Exp
Hal Mengadakan Penelitian.

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

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a : SYILVI MAWARNI
N I M : 12040424517
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Manajemen Dakwah
Pekerjaan : Mahasiswa Fak. Dakwah dan
Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:
"Strategi Pemasaran Paket Umrah PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris Dalam Menarik Minat Calon Jama'ah"

Adapun Sumber Data Penelitian Adalah :
"PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris Dalam Menarik Minat Calon Jama'ah"

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

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Wassalam
Bekas
Prof. Dr. Imron Rosidi., S.Pd., M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Tembusan:

1. Mahasiswa yang bersangkutan

Hak cipta ini dimiliki UIN Suska Riau
1. Cipta ini adalah Undang-Undang
2. Sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
3. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
4. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
5. Arang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



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

Jln. H.R. Soebrantas KM. 15 No. 155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani - Pekanbaru 28298 PO Box. 1004
Telepon (0761) 562051; Faksimili (0761) 562052
Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id>, E-mail: fdk@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 26 Januari 2024

Lampiran 1 Berkas
Hal Pengujian Skripsi

Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Di Tempat

Assalam 'alaikum warohmatullahi wabarokatuh

Dengan Hormat, setelah kami mengadakan pemeriksaan dan perubahan seperlunya guna untuk kesempurnaan skripsi ini, maka mahasiswa di bawah ini:

Nama : Syilvi Mawarni
NIM : 12040424517
Prodi : Manajemen Dakwah

dapat diajukan menempuh ujian skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan judul **Strategi Pemasaran Paket Umrah PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris dalam Menarik Minat Calon Jama'ah.**

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

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalam

Pekanbaru, 26 Januari 2024

Pembimbing,

Khairuddin, M. Ag
NIP. 19720817 200910 1 002

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

Khairuddin, M. Ag
NIP. 19720817 200910 1 002

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Di larang menggutip seluruh atau sebagian karya tulis ini tanpa mengizinkan, dengan menyebutkan sumber.
2. Di larang mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan artikel, atau penyusunan laporan, penulisan atau penyusunan artikel atau jurnal atau untuk masalah.
Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Di larang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

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

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/60815
 TENTANG



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

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : B.5148/Un.04/F.VII/PP.00.9/11/2023 Tanggal 21 November 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

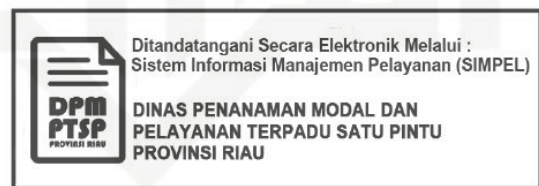
- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : SYILVI MAWARNI |
| 2. NIM/ KTP | : 12040424517 |
| 3. Program Studi | : MANAJEMEN DAKWAN |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : STRATEGI PEMASARAN PAKET UMRAH PT. RIAU WISATA HATI CABANG AIRTIRIS DALAM MENARIK MINAT CALON JAMAAH |
| 7. Lokasi Penelitian | : PT RIAU WISATA HATI CABANG AIRTIRIS |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 30 November 2023



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan PT RIAU WISATA HATI CABANG AIRTIRIS di Tempat
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip 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.

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

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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



RIWAYAT HIDUP PENULIS

SYILVI MAWARNI, lahir di Tanjung Berulak 21 Mei 2002. Anak pertama dari dua bersaudara merupakan putri dari bapak Roza Irwanto dan ibu Rosdaneli. Penulis menempuh Pendidikan mulai dari SD Negeri 001 Airtiris dan tamat 2014, kemudian melanjutkan sekolah di SMP Negeri 1 Kampar tamat 2017 dan melanjutkan sekolah SMA Negeri 1 Kampar tamat 2020. Pada tahun yang sama penulis diterima di Perguruan Tinggi yaitu Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN SUSKA RIAU) melalui jalur UMPTKIN pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Prodi Manajemen Dakwah.

Pada tahun 2023 penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Salo Timur Kecamatan Salo Kabupaten Kampar. Setelah itu, penulis melanjutkan program dari prodi yaitu Praktek Profesi Manajemen Dakwah di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Kampar. Pada akhir tahun 2023 hingga awal tahun 2024 penulis melakukan penelitian di PT. Riau Wisata Hati Cabang Airtiris dengan judul skripsi **“STRATEGI PEMASARAN PAKET UMRAH PT. RIAU WISATA HATI CABANG AIRTIRIS DALAM MENARIK MINAT CALON JAMA’AH”**.