



Nomor Skripsi
6843/MD-D/SD-S1/2024

DIGITAL MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL PT. NIAT SUCI KEBAITULLAH KOTA PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN JUMLAH JAMA'AH UMROH

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana sosial (S. Sos) Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau

Oleh:

DINDA KIRANA
NIM: 12040425732

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STRATA (S1)
JURUSAN MANAJEMAN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SULTAN
SYARIF KASIM RIAU PEKANBARU
1445 H/2024 M**

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul Digital Marketing Melalui Media Sosial PT. Niat Suci Kebaitullah
dalam meningkatkan Jumlah Jamaah Umroh kota Pekanbaru ditulis oleh:

Nama : Dinda Kirana
NIM : 12040425732
Prodi : Manajemen Dakwah

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

Hari : Kamis
Tanggal : 25 Juli 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, 26 Juli 2024

Sekretaris/Penguji 2

Pipa Komadi, S.Kom.I, M.M
NIK. 130 421 002

Penguji 4

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

Penguji 1

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

Penguji 3

Nur Alhikmah Syatillah, M.Kom.I
NIP. 19900113 202321 2 051

Mengetahui

Rekan,



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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PERNYATAAN ORISINALITAS

: Dinda Kirana
 : 12040425732

...atakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul Implementasi Pemasaran ...
 ... Digital Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Ibadah Umrah Pada ...
 ... Nivel Peningkat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru. Adalah betul-betul karya sendiri. Hal-
 ... yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda *citasi* dan ditunjukkan dalam ...
 ... literatur pustaka.
 ... bila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima ...
 ... sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini

Pekanbaru, 15 Juli 2024
 Yang membuat pernyataan,



Dinda Kirana
 NIM. 12040425732

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 mengikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengummikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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

ABSTRAK

Nama : **Dinda Kirana**
 Prodi : **Manajemen Dakwah**
 Judul : **DIGITAL MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL PT. NIAT SUCI KEBAITULLAH KOTA PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN JUMLAH JAMA'AH UMROH**

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 serta banyaknya calon Jama'ah yang tertipu dengan banyaknya travel ilegal yang tidak bertanggung jawab. Sehingga berdirinya PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru sebagai jasa perjalanan dan solusi hal tersebut, dimana banyaknya permintaan pasar untuk melaksanakan ibadah umrah yang resmi serta mampu menarik Jamaah Ibadah Umroh Pada Travel PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru melalui digital marketing. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana digital marketing melalui media sosial PT. Niat suci kebaitullah dalam meningkatkan jumlah jama'ah umroh kota pekanbaru travel pt. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui mendeskripsikan digital marketing melalui media sosial PT. Niat suci kebaitullah dalam meningkatkan jumlah jama'ah umroh kota pekanbaru. Informan penelitian ini adalah pihak PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru sebanyak 3 orang. Adapun 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 kegiatan digital marketing yang diterapkan oleh PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru sesuai dengan teori Liesander dan Dharmayanti yang menyatakan bahwa terdapat indikator-indikator dalam mengimplementasi digital marketing yang terdiri dari 4 bagian yaitu, biaya transaksi, program insentif, desain situs, dan interaktif, yang mana indikator tersebut di implementasikan pada platform media sosial yang dimiliki oleh PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru dalam melakukan kegiatan pemasaran Adapun dampak mengimplementasikan digital marketing pada travel PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru yaitu dampak segmentasi pasar, penentuan target pasar dan *positioning* sehingga memberikan informasi secara detail tanpa harus datang jauh- jauh ke kantor pelaksana, dan dengan mudah dijangkau banyak orang. Serta bertambahnya jumlah keberangkatan jamaah umroh dari tahun ke tahun, adapun *platform* yang digunakan yaitu, *Instagram, WhatsApp, Facebook, dan Tiktok*.

Kata kunci : Pemasaran , Digital Marketing, Ibadah Umroh



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

ABSTRAK

Name : **Dinda Kirana**
 Study Program : **Manajemen Dakwah**
 Title : **Digital Marketing Via Social Media Pt. Kebaitullah's Holy Intention In Increasing The Number Of Umroh Jama'ah In Pekanbaru**
travel Pt. The Holy Intention Of Kebaitullah Pekanbaru City

This research is motivated by the number of Umrah pilgrims increasing from year to year with the intention of increasing good deeds, getting closer to Allah and implementing the Sunnah as Muslims as well as the large number of prospective pilgrims who are deceived by the large number of irresponsible illegal travel. So the establishment of PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru as a travel service and solution to this, where there is a large market demand for carrying out official Umrah pilgrimages and is able to attract Umrah pilgrims at PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru Holy Intentions through digital marketing. The problem in this research is how to implement marketing through digital marketing to increase the number of Umrah pilgrims at PT Travel. The Sacred Intentions of the Temple of PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru. The purpose of this research is to describe the implementation of marketing through digital marketing in increasing the number of Umrah pilgrims at PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru. The informant for this research is PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru were 3 people. 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 digital marketing activities implemented by PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru of Pekanbaru are in accordance with Liesander and Dharmayanti's theory which states that there are indicators in implementing digital marketing which consist of 4 parts, namely, transaction costs, incentive programs, site design, and interactive, where these indicators are implemented on media platforms social owned by PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru Holy Intentions in carrying out marketing activities. The impact of implementing digital marketing on PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru is the impact of market segmentation, determining market targets and positioning so as to provide detailed information without having to come all the way to the implementing office, and easily accessible to many people. As well as the increasing number of Umrah pilgrims departing from year to year, the platforms used are Instagram, WhatsApp, Facebook and Tiktok.

Kata kunci : Marketing, Digital Marketing, Umrah Worship

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

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 “**DIGITAL MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL PT. NIAT SUCI KEBAITULLAH KOTA PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN JUMLAH JAMA’AH UMROH**” 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 sampsempuraikan kepada semua pihak-pihak yang telah bersedia membantu dalam penulisan selama ini. Terutama kepada kedua orang tua penulis, Ayahanda tercinta **Muhammad Jamil Harahap** dan **Suryanita Harahap** 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.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
5. Bapak Rafdeadi, S.Sos.I., M.A sebagai Pembimbing . Terima kasih atas dukungan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir bimbingan sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen serta pegawai Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim Riau.
7. Staf di Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan yang baik dan kemudahan dalam administrasi.
8. Kepada Bapak. Dr. H. Irma Romi Anto S.H., M.H., CPL selaku Direktur Utama PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru, yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

sudah memberikan kemudahan kepada penulis dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan oleh penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, baik sahabat, teman yang telah memberikan semangat dan motivasi. Terima kasih semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua.
10. 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 yang telah membuat Dinda 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 12040425732@students.uin-suska.ac.id sehingga dapat menjadi acuan dalam pembuatan skripsi yang lebih baik selanjutnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Pekanbaru, 19 Juli 2024
Penulis

UIN SUSKA RIAU

DINDA KIRANA
NIM. 12040425732

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

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Istilah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR.....	9
2.1 Kajian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	13
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	22
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	22
3.3 Sumber Data Penelitian.....	22
3.4 Informan Penelitian	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6 Validitas Data.....	25



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

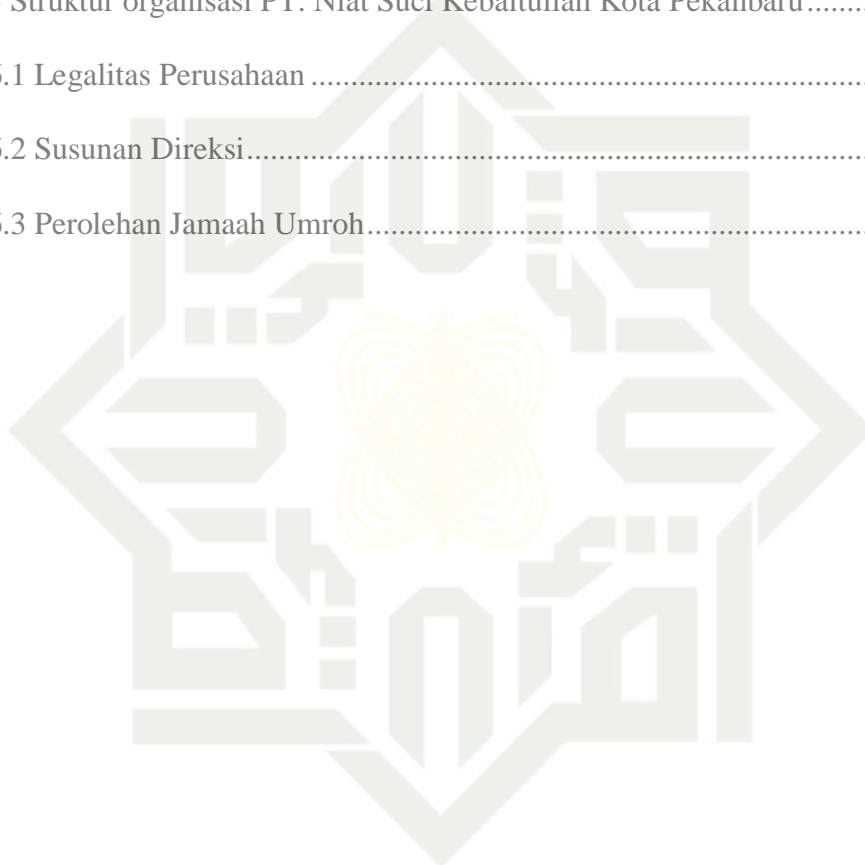
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

3.7 Teknik Analisis Data.....	25
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	25
4.1 Sejarah Berdirinya PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru.....	25
4.2 Profil Lengkap PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru.....	26
4.3 Program Kerja PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru	27
4.4 Visi dan Misi PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru	27
4.5 Struktur organisasi PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru	28
4.6 Legalitas Perusahaan & Susunan Direksi	29
4.7 Jasa Layanan	29
BAB V HASIL PENELITIAN	33
5.1 Cara Pemasaran, Pendaftaran Umroh dan Perolehan Jumlah Jamaah PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru.....	33
5.1.1 Cara Pemasaran.....	33
5.1.2 Pemasaran Melalui Rekomendasi Syi'ar Team Haji Dan Umroh ..	34
5.1.3 Pemasaran Melalui Distribusi (Offline) Brosur	34
5.2 Identifikasi Digital Marketing PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru	39
5.3 Dampak Implementasi Pemasaran Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru	48
BAB VI PENUTUP	51
6.1 Kesimpulan	51
6.2 Saran.....	51

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

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Profil Lengkap PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru	26
Tabel 4.5 Struktur organisasi PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru	28
Tabel 4.6.1 Legalitas Perusahaan	29
Tabel 4.6.2 Susunan Direksi.....	29
Tabel 4.6.3 Perolehan Jamaah Umroh.....	45



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1 Brosur Paket Umroh	30
Gambar 4.2 Brosur Paket Tour Mancanegara	30
Gambar 4.3 Brosur Paket Haji.....	32
Gambar 5.1 Tas Perlengkapan Jama'ah	37
Gambar 5.2 <i>Instagram</i>	41
Gambar 5.3 <i>WhatsApp</i>	42
Gambar 5.4 <i>Facebook</i>	43
Gambar 5.5 <i>Tiktok</i>	44

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin tingginya minat masyarakat Indonesia untuk menunaikan ibadah umroh dari tahun ke tahun menyebabkan menjamurnya bisnis pada bidang *tour and travel*. Sejalan dengan semakin banyaknya bisnis pada bidang serupa menyebabkan semakin tingginya tingkat persaingan antar usaha tersebut. Dalam upaya untuk mengetahui keadaan persaingan antar usaha dalam bisnis *tour and travel*, maka setiap perusahaan melakukan analisa terhadap usaha *tour and travel* pesaing dan usahanya sendiri. Analisa tersebut dilakukan dengan mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan sendiri dan pesaing.

Menjamurnya bisnis dibidang *tour and travel* umroh ini juga terjadi di wilayah Pekanbaru, Riau. Hal ini dapat dilihat dari jumlah *tour and travel* yang telah berdiri di Pekanbaru, Riau.

Memasuki era digital, perkembangan teknologi saat ini berdampak pada dunia pemasaran. (Astri Rumondang, 2020) Era digital menawarkan pemasar cara baru dan lebih mudah untuk memahami perilaku konsumen dan produk, merek, dan layanan yang memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Digitalisasi tidak hanya memfasilitasi komunikasi antara pemasar dan konsumen, tetapi juga komunikasi pribadi.

Digitalisasi tentu memiliki dampak positif dan negatif, (Hendra, 2020) dampak yang dirasakan dan dialami oleh masing-masing penyedia informasi dapat disajikan, yaitu dampak positif. pertama, Selain menyederhanakan tujuan atau rencana yang telah dirumuskan oleh biro perjalanan, sistem digital juga dapat menekan biaya-biaya yang harus ditanggung oleh suatu usaha, seperti biaya promosi atau periklanan yang memakan banyak uang perusahaan, dan biaya membayar karyawan. Efektivitas dan efisiensi dirasakan oleh perusahaan biro perjalanan yang diteliti. Namun secara umum mereka masih menggabungkan sistem digital dengan sistem tradisional yang sudah berjalan selama ini. *Kedua*, Dampak Negatif Sistem digital memang dapat membawa perubahan besar pada segala sesuatu, termasuk efek yang indah dan sangat baik dari sebuah destinasi, namun apa yang ditampilkan dalam bentuk gambar terkadang memiliki perbedaan dengan keadaan sebenarnya di lapangan. perbedaan, data publisitas yang dikomunikasikan

tetap abstrak, tidak ada ukuran berapa banyak pelanggan yang akan diperoleh, persaingan yang meningkat dari perusahaan dengan variasi bisnis yang sangat unik (termasuk bisnis perjalanan), dan penyebaran informasi negatif yang cepat.

Menurut (Coviello. Dkk 2001), Digital Marketing merupakan penggunaan fasilitas internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi. Dengan begitu pemasaran digital dapat diartikan sebagai alat mediasi antara konsumen dengan penjual dalam berkomunikasi sehingga semakin mudahnya konsumen menjangkau penjual dan begitupun sebaliknya.

Pemasaran digital adalah upaya menggunakan media digital atau Internet untuk mempromosikan merek atau produk secara tepat waktu, relevan, dan personal untuk menjangkau konsumen. Menurut Didin Hadid Saputra, 2020) pemasaran digital mengacu pada kampanye pemasaran yang menggunakan media seperti blog, situs web, email, dan berbagai jaringan media sosial untuk promosi merek.

Strategi pemasaran sangat penting bagi perusahaan karena strategi pemasaran merupakan sarana yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Strategi adalah seperangkat rencana besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Strategi pemasaran yang baik harus dibangun di atas pemahaman yang kuat tentang bisnis Anda dan pemahaman tentang bisnis inti Anda, termasuk kebutuhan dan keinginan pelanggan, pesaing dan keterampilan, serta pemasok dan distributor. Strategi pemasaran yang menciptakan keunggulan kompetitif adalah perusahaan yang mampu menggabungkan berbagai strategi (strategi pemasaran) yang didukung oleh kekuatan pasar dan seluruh fungsi organisasi. (Ade Marpudin, 2020) mengatakan bahwa dengan kemajuan teknologi pada saat ini masyarakat luas sangat menerima baik sehingga memudahkan pergerakan seluruh aspek kegiatan yang diantaranya perekonomian, pendidikan serta pemerintahan tak luput dari sentuhan perkembangan teknologi.

Menurut kajian Kementerian Agama (Kemenag 2023) bahwa hampir 100.051 jiwa jamaah Indonesia akan tiap tahunnya berangkat ketanah suci untuk melaksanakan ibadah Haji. Namun kuota yang diberikan oleh pemerintahan Arab Saudi terbatas dan koata tersebut terbagi menjadi dua 92.825 untuk kuota haji normal dan 7.226 kuota haji luar biasa. Terbatasnya kuota ini dengan masa tunggu yang begitu lama serta dibelatar belakangi juga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



dengan Wabah Covid -19 membuat jamaah mendapat antian yang sangat lama.

Maka dengan demikian itu banyaknya biro perjalanan umroh bermunculan akibat keinginan kuat umat Islam di Indonesia untuk menunaikan ibadah umroh. Karena ibadah haji yang terlalu lama. Hisyam Saeed, juru bicara Kementerian Haji dan Umroh, mengakui bahwa jumlah orang Indonesia yang melakukan perjalanan umroh meningkat setiap tahun. Lebih dari 70 juta izin diperoleh untuk tahun 2021 sampai sekarang untuk melakukan umroh pada musim Hijriyah akhir tahun sebelum dimulainya musim haji. (Liputan Umroh, 2022) Untuk dapat memberikan kesan yang baik kepada jama'ah, tidak dapat dipungkiri akan timbul persaingan antar biro perjalanan umroh. Setiap bisnis perjalanan umroh berlomba-lomba menawarkan layanan terbaik.

Selain itu, menurut (Dewi Masitah, 2020) industri pariwisata umroh terbukti cukup sukses. Semakin banyak biro perjalanan yang berspesialisasi dalam perjalanan keagamaan karena kemudahan proses perjalanan umroh dan tingginya permintaan. Apalagi di era digital yang saat ini perkembangan teknologinya sangat pesat. Dengan adanya perkembangan teknologi digital mempermudah masyarakat untuk mendapat informasi dan menjadi salah satu senjata andalan marketing dalam penjualan produk-produk yang ditawarkan kebanyakan travel di Indonesia.

Salah satu biro perjalanan wisata yang menyediakan layanan umroh adalah PT. Niat Suci Kebaitullah yang berlokasi di Pekanbaru, seiring berkembangnya zaman teknologi semakin maju hal ini teknologi memiliki dampak positif dan sangat memudahkan bagi masyarakat terutama pada pemasaran. PT. Niat Suci Kebaitullah senantiasa melakukan inovasi dalam memberikan pelayanan terbaik kepada calon jamaah, tidak hanya dengan pelayanan yang memuaskan PT. Niat Suci Kebaitullah juga terus berinovasi dalam memasarkan produk yang mereka tawarkan dengan melihat perkembangan teknologi yang begitu pesat. PT. Niat Suci Kebaitullah juga senantiasa membangun komunikasi dengan baik kepada seluruh pelanggan agar memberikan kesan yang baik kepada pelanggan sehingga menimbulkan kepercayaan terhadap konsumen dalam menggunakan jasanya.

Dalam menjalankan perusahaannya PT. Niat Suci Kebaitullah dalam implementasinya banyak menghadapi berbagai macam masalah dalam melakukan pemasaran melalui digital, permasalahan tersebut yaitu tingginya persaingan dalam biro jasa yang sama menjadi sebuah permasalahan penting

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



yang dihadapi oleh perusahaan dalam menarik minat jamaah. Maka perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama, menjalankan daya saing ini sangat diperlukan strategi pemasaran digital yang baik sehingga dapat menarik minat jamaah. Untuk itu perusahaan menerapkan daya saing sebagai arah untuk menciptakan berbagai peluang pasar yang menguntungkan. Penerapan daya saing ini sangat ditentukan oleh pemasaran. Melalui pemasaran digital maka dapat ditentukan segmen pasar dalam menentukan target pasar, memerlukan promosi pemasaran yang lancar dan tersebar. Untuk pemasaran menggunakan kebijakan pemasaran yaitu bauran pemasaran yang menggunakan salah satu strategi yaitu strategi pemasaran digital yang gencar dan inovatif.

Menghadapi persaingan antar travel maupun institusi-institusi lainnya, pihak dari menerapkan konsep strategi pemasaran khususnya implementasi dan strategi pemasaran melalui digital yang semakin canggih dan lebih modern yang benar-benar memahami tentang manajemen yang kuat dan dapat memudahkan persaingan dalam meningkatkan daya tarik masyarakat (Jamaah). Dan juga penerapan strategi pemasaran digital menjadi salah satu kunci penting suatu keberhasilan dari sebuah perusahaan di masa new normal saat ini.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik meneliti dengan memilih judul **“DIGITAL MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL PT. NIAT SUCI KEBAITULLAH KOTA PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN JUMLAH JAMA’AH UMROH”**

1.2 Penegasan Istilah

Dalam penelitian yang berjudul **“DIGITAL MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL PT. NIAT SUCI KEBAITULLAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH JAMA’AH UMROH KOTA PEKANBARU** travel PT. Niat Suci kebaitullah Kota Pekanbaru” penulis perlu mempertegas beberapa istilah dalam judul terutama beberapa kata kunci dalam proposal ini, dengan adanya penegasan istilah agar menghindari terjadinya penyimpangan atau kesalah pahaman terhadap judul ini, penegasan pada istilah-istilah berikut yaitu :

1.2.1 Pemasaran

Menurut American Marketing Society dalam buku Kotler dan Keller (2016:) Pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan freering, dan bebas bertukar produk dan jasa dari nilai dengan lain.

Pemasaran diartikan dengan suatu proses dimana individu-individu yang memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, individu tersebut juga saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan lainnya. Peranan suatu pemasaran sekarang tak hanya bekerja sebagai menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan sehingga keuntungan perusahaan dapat di peroleh dengan terjadinya pembelian secara berulang.

Sasaran dari pemasaran tersebut ialah

- a. menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior.
- b. menetapkan harga menarik.
- c. mendistribusikan produk dengan mudah.
- d. mempromosikan secara efektif dengan cara mempertahankan pelangganyang sudah tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.

Manajemen pemasaran ini dapat diartikan suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan, yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkahkan, mengkoordinir, serta mengawasi, atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Di dalam fungsi manajemen pemasaran ada kegiatan menganalisis yaitu analisis yang di lakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga dapat di peroleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus di hadapi.

1.2.2 Digital marketing

Menurut (Chaffey, 2011) digital marketing adalah pemasaran digital adalah suatu bentuk usaha perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya ke dalam teknologi digital secara online guna mendapatkan pasar secara global dan spesifik.

Suatu aktivitas pemasaran atau mempromosikan sebuah merek ataupun produk dengan menggunakan media digital atau internet. Tujuan dari digital marketing adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Seperti yang kita ketahui bahwa teknologi dan internet telah di terima secara luas oleh masyarakat, sehingga tidak mengherankan jika kegiatan pemasaran digital menjadi pilihan utama bagi

perusahaan- perusahaan. Akibatnya perusahaan bersaing untuk membuat konten yang menarik untuk di tampilkan dalam pemasaran online.

Penting bagi kita digital marketing karena semakin banyak orang yang mengetahui tentang usaha mu, maka semakin cepat pula bisnismu memperoleh transaksi. Digital marketing pemasaran inipun memiliki peran penting untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui metode yang lebih praktis di bandingkan dengan pemasaran tradisional.

1.2.3 Jama'ah

Menurut (Sholeh, 2012) Kata haji berasal dari bahasa arab yang awalnya “ maksud atau keinginan ”dan sinonim dengan kata “al qashd” dalam bentuk kata kerja (verb/ fi'il) kata ‘hajja’, mengandung arti menyengaja sesuatu, memaknai, melaksanakan dan berdoa. Disamping itu kata ini mengandung makna berkunjung dan berziarah yang memiliki makna, nilai dan signifikansi tertentu.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana DIGITAL MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL PT. NIAT SUCI KEBAITULLAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH JAMA'AH UMROH KOTA PEKANBARUtravel PT. Niat Suci ke baitullah Kota Pekanbaru ?.

1.4 Tujuan

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui DIGITAL MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL PT. NIAT SUCI KEBAITULLAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH JAMA'AH UMROH KOTA PEKANBARUtravel PT. Niat Suci ke baitullah Kota Pekanbaru

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui DIGITAL MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL PT. NIAT SUCI KEBAITULLAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH JAMA'AH UMROH KOTA PEKANBARUtravel PT. Niat Suci ke baitullah Kota Pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1.5.2 Kegunaan teoritis

- a) Adapun di buatnya penelitian dapat di jadikan salah satu referensi ataupun pilihan dalam memilih suatu biro travel Haji dan Umroh yang bisa dijadikan untuk mendalami keilmuan di bidang travel Haji dan Umroh. Penelitian inipun akan memberikan sumber tambahan dalam keilmuan di bidang travel haji dan umroh, khususnya pada travel PT. Niat Suci ke baitullah Kota Pekanbaru, sehingga penelitian ini dapat diharapkan akan memberikan kemudahan bagi pembaca.
- b) Sebagai bahan bacaan jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negri Syarif Kasim Riau.
- c) Sebagai pengetahuan tambahan dan keterampilan bagi para pelaku usaha melalui digital marketing .

1.5.3 Manfaat praktis

Penelitian ini berguna untuk perusahaan-perusahaan jasa travel haji dan umroh dan dapat meningkatkan kualitas karyawan dalam memasarkan marketing untuk melayani para calon jama'ah haji dan umroh hingga dapat memutuskan jama'ah dalam mengambil keputusan .

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika ini di buat agar dapat memberikan gambaran secara garis besar tentang apa yang akan di bahas dalam proposal skripsi ini :

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab yang menjelaskan kajian terdahulu, kajian teori, dan kerangka pikir yang di gunakan dalam penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang lokasi penelitian, waktu dan pendekatan penelitian, sumber data, informasi penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini penulis mengemukakan tentang gambaran umum fokus penelitian yang berkaitan dengan subjek penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini mengemukakan tentang hasil penelitian.

BAB VI: PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Kajian Terdahulu

Adapun beberapa study yang pernah dilakukan peneliti sebelumnya mengenai pemahaman strategi suatu travel haji dan umroh yang pernah dilakukan :

1. (Hakim, 2017) Penelitian yang di lakukan oleh lukman nul hakim dengan judul “ *strategi pemasaran produk sebagai upaya peningkatan jumlah jamaah umroh studi pada PT. Arminareka perdana tour & travel kota bengkulu* “bahwa dalam memasarkan produk perusahaan dengan merumuskan bentuk strategi pemasaran yang dituju yaitu dengan menggunakan unsur 3 solusi umroh, yaitu dengan secara tunai, mencicil dan kemitraan yang mana bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas dari pelanggan, jenis penelitian ini adalah penelitian yaitu suatu penjual penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat di capai bila dengan menggunakan rumusan-rumusan statistik (pengukuran) .
2. (Nauli, 2020). Penelitian yang di lakukan oleh radna singgar nauli mahasiswi program studi ekonomi syariah fakultas agama islam dengan judul “ *penerapan pemasaran syariah dalam meningkatkan jumlah jama’ah travel umroh pt. penjuru wisata negeri pekanbaru* “ pada tahun 2020 penulisan ini menggunakan penulisan kualitatif pendekatan deskriptif. sumber data melalui kegiatan penelitian lapangan, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan jumlah jama’ah haji dan umroh di travel pt. penjuru wisata negri pekanbaru di pengaruhi oleh penerapan pemasaran syariah yang di terapkan oleh pt. penjuru wisata negeri pekanbaru.
3. (Ismayanti, 2022) Penelitian yang di lakukan oleh mahasiswi universitas brawijaya Yulia ismayanti (2019) yang berjudul “*implementasi syariah marketing dalam penetapan strategi pemasran (studi pada PT. vauza tamma abadi)*” penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan teknik pengumpulan data nya yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Strategi pemasaran yang di lakukan oleh travel umroh harus sesuai dengan ketentuan islam. Oleh sebab itu syariah marketing dalam hal ini sangat diperlukan dalam

menggunakan strategi pemasaran, sehingga penelitian ini mengangkat judul “ implementasi syariah marketing dalam penetapan strategi pemasaran “ .

4. (Utami, 2021) Penelitian yang di lakukan oleh mahasiswi IAIN surakarta dengan judul “ *Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Kepercayaan Jama'ah Umroh Pada Biro Pt. Dewangga Lil Hajj Wal Umroh Surakarta* “ Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yang mengorganisir sesuai data observasi, wawancara, dengan memilihnya menjadi satu kesatuan yang dapat dijadikan sumber data yang di anggap penting untuk di pelajari serta memutuskan apa yang di kedepankan mengenai strategi marketing PT. dewangga Lil Hajj Wal Umroh Surakarta. Dari hasil penelitian ini penulis mendapatkan beberapa temuan strategi marketing PT. dewangga Lil Hajj Wal Umroh Surakarta dalam meningkatkan kepercayaan jama'ah adalah dengan melakukan promosi melalui offline dan inline getok tular (mulut kemulut) meningkatkan pelayanan terhadap jama'ah, serta menjaga amanah yang di berikan oleh jamah ke PT. dewangga Lil Hajj Wal Umroh Surakarta
5. (Sholeh, 2022) Penelitian yang di lakukan oleh mahasiswi Institut Agama Islam Negri Bengkulu dengan judul “*Implementasi Marketing Syariah PT. Hiba Mitra Devinda Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam*” penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif Analisis, berdasarkan hasil penelitian yang di simpulkan bahwa sistem marketing syariah PT. Hiba Mitra devinda sesuai dengan kenyataan yang di terima konsumen, namun unsur tabligh belum sepenuhnya terpenuhi, karena masih ada karyawan yang belum sesuai dengan ketentuan PT. Hiba mitra devinda.
Penelitian yang di lakukan oleh mahasiwi universitas brawijaya, (2019) Yulia Ismayanti dengan judul “ *implementasi syariah marketing dalam penetapan strategi pemasaran (studi pada PT. Vauza Tamma Abadi)* marketing syariah ini sangat di perlukan karena kebutuhan masyarakat akan ibadah ke tanah suci membuat travel umroh berlomba-lomba menggunakan strategi harga untuk mendapatkan konsumen. Sehingga kejujuran dan transparansi dalam bisnis travel haji dan umroh sangat lah di perlukan.
6. (Rosmawija, 2023) Penelitian yang di lakukan mahasiswi UIR (Universitas Islam Riau) yang bernama widia lestari 2021 berjudul “ *Implementasi marketing syariah pada PT. SILVER SILK TOUR & TRAVEL KOTA PEKANBARU* “ teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sumpling* yaitu penetapan sampel bertujuan pertimbangan peneliti yang berjumlah 20 orang. Pengumpulan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



data dalam penelitian ini menggunakan kusioner dan wawancara. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dari penelitian ini maka implementasi marketing syariah pada PT. Silver Slik & travel Pekanbaru sudah sangat optimal, hal ini sejalan dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada konsumen yang mengambil jasa travel haji dan umroh tersebut.

7. (Ahmad Rido, 2019)Penelitian yang dilakukan mahasiswa universitas islam Kalimantan dengan judul “ *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Jama'ah Umroh Dan Haji Plus PT. Ameera Mekkah Travel Cabang Kalimantan Selatan*” penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif yang dilakukan dengan mencari data langsung di lapangan. Sumber data di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di peroleh suatu kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan PT. Ameera Mekkah Travel cabang kalsel dalam meningkatkan jumlah jama'ah menggunakan unsur pemasaran 7p (*product, price, promotion, people, physical, evidence, dan proses*). Dari ketuju strategi yang digunakan dilakukan PT. Ameera Mekkah Travel cabang kalsel lebih dominan menggunakan strategi promosi. Wujud strategi yang dilakukan yaitu bersosialisasi dengan masyarakat sekitar, pendekatan dengan tokoh agama atau tuan guru, pelayanan, media cetak dan media sosial. Selain dari strategi promosi tersebut PT. Ameera Mekkah Travel cabang kalsel dalam memasarkan produknya tidak lepas dari syariah marketing yaitu dengan menerapkan Theistis Rabaniyyah. Dari strategi pemasaran yang dilakukan PT. Ameera Mekkah Travel cabang kalsel mempengaruhi peningkatan jumlah jama'ah, terutama di bidang pelayanan yang sangat berkualitas di buktikan dengan semakin meningkatnya minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah Haji dan Umroh di PT. Ameera Mekkah Travel cabang kalsel.
8. (Auliya Ul Mardiah, 2020) Penelitian yang dilakukan mahasiswa Universitas Islam Negri Sumatera Utara dengan judul “ *Marketing Syariah persepektif muhamad syakir sula* “ Penelitian ini merupakan penelitian jenis kualitatif penelitian ini juga termasuk dalam penelitian kepustakaan (*liblary re-search*) karena yang menjadi sumber data adalah buku-buku atau dokumen yang berkaitan dengan sumber masalah yang di bahas. Marketing syariah perspektif Muhammad syakir sula merupakan suatu studi yang memberikan pemikiran bagi para pembacanya bagaimana marketing syariah yang berlandaskan Al-qur'an dan hadist Syakir sula juga memaparkan bagaimana cara berbisnis ala Rasulullah, karakteristik pemasaran syariah serta bagaimana berbisnis dengan qalbu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



9. (Fakhratul Ulya, 2020) Penelitian yang dilakukan mahasiswi Universitas Islam Negeri Walisongo dengan judul “*Strategi pemasaran islam dalam upaya meningkatkan jumlah jama’ah pada PT. CAHAYA HARAMAIN TOUR UMROH & HAJI*” yang bernama Amalia FakhratulUlya penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif fokusnya adalah penggambaran secara menyeluruh tentang strategi pemasaran islami untuk menganalisisnya penelitian menggunakan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan sumber-sumber lainnya yang terdapat pada PT. Cahaya Haramain.
Hasil menyimpulkan bahwa PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji khusus merancang strategi pemasaran islami dengan kegiatan menggunakan bauran pemasaran (marketing mix) tidak hanya itu meningkatkan jumlah jama’ah PT.Cahaya Haramain Tour melakukan pemasaran melalui penyebaran brosur, pusat informasi di daerah-daerah tertentu, kunjungan perusahaan, pa,eran, media cetak, internet. Dari strategi yang dirancang dan juga produk yang terus diperbarui PT.Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji khusus mengalami kenaikan jumlah jama’ah pada tahun 2017, sedangkan 2018 mengalami penurunan jumlah jama’ah.
10. (Mardiah 2018) Penelitian yang dilakukan oleh mahasiswi institusi Agama Islam Negeri Madura, (2021) yang berjudul “ *Analisis Strategi pemasaran Produk Simpanan Haji Dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT NU Cabang Tlanak* “ penelitian ini digunakan menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif, dengan prosedur pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi, sedangkan yang menjadi sumber data yaitu kepala cabang BMT NU Cabang Tlanakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pertama: strategi pemasaran yang digunakan dalam BMT NU Cabang Tlanakan yaitu, memasarkan kerumah- rumah, membagikan brosur-brosur menggunakan media online dalam memasarkan produk, selain itu BMT NU Cabang Tlanakan juga menggunakan prinsip etika pemasaran dalam memasarkan produk. Kedua : Implementasi atau penerapan strategi pemasaran produk simpanan Haji dan Umroh di BMT NU Cabang Tlanakan dilakukan dengan cara mendatangi langsung ke rumah warga dan menjelaskan dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan biasanya menggunakan bahasa daerah sehingga masyarakat dapat lebih mudah paham mengenai produk simpanan haji dan umroh dan juga membagikan brosur ke tempat warga lainnya. Dan juga menggunakan media internet dengan memposting tentang simpanan haji dan umroh.

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Implementasi

Implementasi memiliki pengertian cukup luas dalam berbagai bidang, untuk mencapai suatu tujuan setidaknya kita perlu mengetahui hal-hal mendasar seperti pengertian implementasi ini, sebab hal ini akan memberikan kita gambaran mengenai bagaimana seharusnya kita bersikap terhadap apa yang di tuju. Konsep implementasi ini berasal dari bahasa inggris yaitu *implement* yang dapat di artikan sebagai penyediaan sarana untuk menimbulkan dampak yang berpengaruh ataupun secara umum dapat kita artikan implementasi dalam kamus besar mengartikan pelaksanaan atau penerapan.

Menurut Sholihin Abdul Wahab (Wahab,2015) dalam bukunya yang berjudul analisis kebijakan negara wahab mengemukakan pendapat mengenai implementasi yaitu tindakan-tindakan individu yang di arahkan untuk terciptanya tujuan-tujuan yang telah di gariskan dalam keputusan kebijakan. Menurut nurdin usman implemementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan atau adanya cara suatu sistem, implementasi bukan sekedar aktivitas, tapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan. Adapun menurut purwanto dan sulistyasti implementasi intinya adalah kegiatan untuk mendistribusikan keluaran kebijakan (*to delivery policy output*) yang di lakukan oleh para implementator kepada kelompok sasaran (*target group*) sebagai upaya untuk mewujudkan kebijakan.

Contoh dari perencanaan implementasi ini setelah kita mengetahui tentang pengertian implementasi menurut para ahli, kita juga perlu mengetahui tentang bagaimana contoh dari pengimplementasi terdiri dari beberapa komponen utama yang perlu di analisis dan di pikirkan sebelum mengkomunikasikan. Memulai rencana implementasi dengan menentukan tujuan dan sasaran dari rencana implementasi, seperti apa yang ingin kita capai, mengapa suatu tujuan itu penting, dan bagaimana tujuan-tujuan ini sesuai dengan visi dan misi secara keseluruhan. Adapun contoh yaitu tentukan tujuan dan sasaran, tetapkan tanggung jawab karna tahapan ini dapat menggambarkan yang jelas tentang apa yang perlu di lakukan dan oleh siapa, jadwal implementasi dalam hal ini membantu melacak, berkomunikasi, dan mengawasi kemajuan, membuat semua pemangku kepentingan selalu mengatui apa yang terjadi dan alokasi sumber daya menjadi tujuan utama rencana implementasi.

Pengertian implementasi menurut nurdin usman (Nurdin Usman, 2002) dalam bukunya yang berjudul konteks implementasi berbasis

kurikulum menjelaskan mengenai implementasi sebagai berikut: “*implementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya cara suatu sistem. Implementasi bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan*”

Pengertian di atas menjelaskan bahwa implementasi itu bukan sekedar aktivitas saja, tetapi juga kegiatan terencana yang di laksanakan dengan sungguh-sungguh berdasarkan acuan-acuan yang di rencanakan dengan sungguh-sungguh, oleh karna itu implementasi tidak berdiri sendiri tetapi di pengaruhi oleh objek berikutnya yaitu di laksanakan dengan adanya suatu program.

Berdasarkan menurut para ahli diatas dapat di kemukakan implementasi ini suatu kegiatan yang terencana, bukan hanya suatu aktivitas dan di lakukan secara sungguh-sungguh berdasarkan acuan norma-norma tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu, implementasi tidak berdiri sendiri namun tetap di pengaruhi objek berikutnya yaitu pada program yang ada pada lembaga.

Adapun tujuan dari implementasi ini adalah mewujudkan penerapan rencana yang telah di susun menjadi bukti nyata, dalam hal penyusunan ataupun penerapan di susun pula tujuan-tujuan yang akan dicapai, dengan demikian, implementasi secara praktis bisa dikatakan sebagai cara untuk mencapai tujuan yang terkait. Selain itu tujuan implementasi secara teknis juga berarti menguji penerapan suatu kebijakan yang tertera dalam rencana-rencana yang telah di susun. Implementasi ini di lakukan guna mengetahui sejauh mana dampak dan manfaat yang di peroleh masyarakat-masyarakat di masa depan dari rencana” yang sedang di jalankan ataupun yang sedang di rencanakan.

Adapun tujuan dari penerapan/implementasi ini iyalah untuk mengetahui pelaksanaan menejeman dan dilihat dari fungsi perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, pengawasan, dan pertanggung jawaban.

2.2.2 Pemasaran

Pengertian pemasaran atau yang sering di sebut marketing merupakan suatu usaha yang menyediakan barang dan menyampaikan ataupun jasa kepada orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat pula dan komunikasi yang mereka butuhkan dan dinginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak yang lain. Menurut D. Todd Donava (2004) pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang di tunjukkan untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan, dan mendistribusikan produk dan layanan yang dapat memenuhi permintaan pelanggan saat ini dan masa depan.

Tujuan dari perencanaan pemasaran yaitu penentuan segala sesuatu sebelum di lakukan kegiatan-kegiatan pemasaran meliputi: tujuan, strategi, kebijaksanaan, serta taktik yang di jalankan.

Menurut (Agustina 2003)Tujuan perencanaan pemasaran :

- a) Meniadakan ketidakpastian masa datang bila ada perubahan-perubahan karena situasi dan kondisi perusahaan maupun di luar perusahaan
- b) Karena tujuan organisasi sudah di fokuskan maka dengan perencanaan akan menghindari adanya penyimpangan tujuan.
- c) Rencana walaupun mahal tetapi ekonomis karena segala kegiatan telah terfokuskan dengan segala biaya-biayanya.
- d) Rencana pemasaran terinci diperlukan untuk setiap bisnis, produk atau merk.

Menurut (Keller 2014) Pemasaran juga dapat di artikan sebagai suatu kegiatan manusia yang di arahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran. Maka dapat di simpulkan bahwa teori pemasaran ini adalah suatu aktivitas manusia yang melalui proses pertukaran penjualan dan pembelian suatu produk atau jasa yang saling memuaskan.

Banyaknya pengertian pemasaran yaitu hal krusial dan penting yang sangat sulit di pisahkan dalam aktivitas bisnis. Pemasaran juga tidak hanya mendorong perusahaan untuk meningkatkan penjualan melalui berbagai strategi menggunakan *marketing mix* semata. Namun, dalam perspektif islam pemasaran mencakup aktivitas bisnis untuk meningkatkan nilai tawar produk sesuai proses yang berdasarkan prinsip akad muamalah islam. Sehingga tidak hanya tujuan duniawi saja yang tercapai, namun insyaallah mendapatkan keberkahan di akhirat kelak.

Adapun tujuan dan fungsi pemasaran yaitu untuk mengetahui serta memahami konsumen secara detail ataupun menyeluruh sehingga jasa cocok dengan konsumen yang siap untuk melakukan pembelian. Menurut Levens (2010), fungsi pemasaran didefinisikan sebagai tindakan yang di lakukan oleh perusahaan atau organisasi ketika mengembangkan nilai (*value*) secara spesifik untuk barang atau jasa yang di tawarkannya. Adapun menurut (Nurmalina, 2019) sertidaknya ada tiga kategori menggambarkan proses (aktivitas) pemasaran pembentukan fungsi pemasaran. Tiga kategori tersebut antara lain :

1. Fungsi pertukaran (*exchange function*)
2. Fungsi fisik (*physical function*)
3. Fungsi fasilitas (*facilitating function*).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2.2.3 Digital marketing

Semakin berkembangnya zaman biasanya diiringi pula dengan berkembangnya ketatnya persaingan, maka semakin banyak pula pemasaran yang melakukan kegiatan dengan beraneka macam bentuk pemasaran untuk tetap menarik minat konsumen.

Digital marketing ini sering di sebut juga dengan online marketing, internet marketing, atau web marketing, meskipun di buat dalam bentuk billboard atau spanduk tidak termasuk digital marketing karena tidak menawarkan umpan balik dan laporan secara instan. (Hermawan , 2012). Digital marketing kadang di sebut juga sebagai online marketing, internet marketing, atau cyber marketing. Pelajaran ini akan lebih fokus pada promosi dengan tetap mempertimbangkan strategi pemasaran yang telah di tetapkan, menjalankan promosi melalui beberapa saluran seperti iklan dan publikasi dapat di lakukan secara konvensional *offline/luring* (luar jaringan) dan *digital online* (dalam jaringan).

Promosi iklan konvensional antara lain di lakukan melalui media cetak dan media luar ruang seperti spanduk, potret, baliho, dan lain-lain. Promosi iklan digital dapat di lakukan melalui internet dan perangkat bergerak (*mobile devices*) seperti hp, streaming, dan komunikasi melalui media sosial dengan aplikasi (*applications atau apps*) facebook, twitter, instagram, line, dan lain-lain.

Pekerja pemasaran digital marketing perlu memiliki beberapa keterampilan (*skill*) berkomunikasi yang baik, antara lain untuk melakukan promosi dalam bentuk berkomunikasi secara tulisan, lisan, dan visual, adapun komunikasi visual antara lain penggunaan gambar, foto, video, dan animasi untuk melakukan promosi. Konten digital berupa berita singkat atau iklan berupa teks juga harus memenuhi pedoman tata bahasa Indonesia, agar mudah di pahami dan tidak menimbulkan kesalah pahaman atau miskomunikasi. Salah satu pedoman penulisan dalam bahasa Indonesia adalah pedoman umum ejaan bahasa Indonesia (PUEBI) yang di terbitkan badan pengembangan dan pembinaan bahasa kementerian pendidikan dan kebudayaan RI.

Bahasa jurnalistik tidak sama dengan bahasa obrolan sehari-hari, bahasa obrolan tidak harus sesuai dengan aturan bahasa Indonesia baku. Namun bahasa jurnalistik disini tidak harus kaku seperti bahasa jurnal ilmiah, bahasa hukum, dan tidak seperti bahasa sastra puisi.

Dalam islam pemasaran adalah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value, Realistik (*al-waqiyah*)

Dalam perspektif syariah memandang bahwa sektor pemasaran merupakan sektor pemenuhan kebutuhan hidup yang di bolehkan, asalkan di lakukan dengan cara yang benar yang jauh dari unsur kebatilan. Sebagaimana yang di jelaskan dalam Qs. An-nisa (4) ayat 29 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “wahai orang-orang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu, dan jangan lah kamu membunuh dirimu, sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (q,s An-Nisa ayat 29)

2.2.3.1 Keunggulan digital marketing

Bicara keunggulan, pemasaran digital atau strategi digital marketing tentu memiliki beberapa kelebihan di banding strategi pemasaran konvensional, di antaranya :

a. Menjangkau target pasar yang lebih luas

Media konvensional seperti brosur, banner, atau koran dan majalah mungkin efektif untuk menjangkau sejumlah target pasar, tapi jika ingin menggapai seluruh lapisan Masyarakat, media digital terbukti lebih efektif. Bagaimana tidak, seiring berkembangnya zaman hampir semua orang pengguna internet dan media social. Hal tersebut membuat produk bisa di kenal banyak orang dari berbagai latar belakang baik dari dalam maupun dari luar negeri.

b. Mendongkrang angka penjualan

Di akui atau tidak, luasnya jangkauan pasar akan memberi dampak besar pada peningkatan angka penjualan, salah satu faktor yang mempengaruhi adalah kemudahan informasi yang di dapat konsumen tentang jasa tersebut.

c. Lebih hemat

Bagi yang memiliki keterbatasan dana, pemasaran digital merupakan salah satu Solusi bijaksana, lain halnya dengan media konvensional, Ketika memasarkan produk di internet kita lebih

memiliki banyak variasi alat yang bisa di gunakan dan di sesuaikan dengan budget.

2.2.3.2 Tujuan digital marketing.

Adapun beberapa tujuan dari digital marketing ini adalah selain meningkatkan angka penjualan, dan memperluas pasar digital marketing juga memiliki tujuan lain yaitu,

- a. Meningkatkan kualitas relasi serta komunikasi pemilik usaha dengan konsumen atau calon jama'ah.
- b. Memiliki pelanggan dan memicu penjualan jangka Panjang.

2.3 Minat Jama'ah

Menurut (Rachmadi, 2018) beliau memberikan pengertian minat jamaah adalah suatu tindakan yang nyata untuk menentukan suatu pemikiran yang mengarah kepada pemilihan dari hasil perundingan atau sebagai bentuk hasil akhir. adapun pengertian keputusan bentuk pemecahan masalah yang di lakukan dari berbagai pilihan–pilihan yang dibuat. Untuk itu sebagai jama'ah harus bisa menentukan keputusan dengan baik dan benar agar sesuatu pemilihan tersebut tidak terjadi penyesalan di akhir. pengertian jama'ah yang maksudkan oleh Ibnu mas'ud dalam perkataannya yaitu jama'ah adalah bersesuaian dengan kebenaran meski engkau sendirian. dan berikut pengertian jama'ah dalam *KBBI (kamus besar bahasa Indonesia)* jama'ah artinya kumpulan atau rombongan orang beribadah bisa juga di artikan bahwa jama'ah adalah orang banyak atau publik

Syariat islam kemudian mempergunakan kata lain untuk mengunjungi tempat suci wilayah makkah dan melaksanakan rangkaian ibadah didalamnya pada waktu-waktu tertentu.

Undang-Undang No. 13 tahun 2008 tentang penyelenggaraan ibadah haji mendefinisikan 'ibadah haji' sebagai rukun islam kelima yang merupakan kewajiban sekali seumur hidup bagi setiap seorang umat islam yang mampu menunaikannya. Jama'ah dapat diartikan sebagai beberapa kelompok manusia atau sejumlah besar manusia yang berhimpun untuk mencapai tujuan yang sama (*al-mu'jam al-wasit*) sedangkan secara istilah jama'ah adalah sekelompok ummat islam yang bersepakat dalam suatu tujuan tertentu dan di pimpin oleh seorang pemimpin.

Menurut (Muhammad, 2018) Agama islam bertugas mendidik dzahir manusia, mensucikan jiwa manusia, dan membebaskan diri manusia dari hawa nafsu. Dengan melakukan ibadah dengan ikhlas dan aqidah yang murni sesuai kehendak allah, insyaallah kita akan menjadi orang yang beruntung. Ibadah

dalam islam sangat banyak macamnya, haji dan umroh inilah salah satunya ibadah haji merupakan ibadah haji yang baik karna tidak hanya menahan hawa nafsu, dan menggunakan tenaga dalam mengerjakannya, namun juga semangat dan harta.

Secara bahasa haji ini menuju kesuatu tempat secara berulang-ulang, atau ke suatu tempat yang di muliakan atau di agungkan oleh suatu kaum peradabaan. Ibadah ummat islam ke makkah (baitullah) inilah yang di sebut haji. Sebab baitullah adalah tempat yang di agungkan dan tempat yang suci bagi ummat islam. Adapun menurut istilah kalangan ahli fiqh mengartikan bahwa haji adalah niatan datang ke baitullah untuk menentukan ritual ibadah tertentu. Ibnu al-humam mengartikan bahwa haji adalah pergi menuju ke baitul harom pada waktu tertentu. Para ahli fiqh lainnya juga berpendapat bahwa haji adalah mengunjungi tempat-tempat tertentu dengan perilaku tertentu pada waktu tertentu juga (Azzi dan Hawwas, 2001)

Hukum melaksanakan haji ini wajib bagi setiap muslim yang mampu, sesuai dengan firman allah dalam Surah Ali Imron Ayat 97. Ibadah haji ini fardhu yang berarti jika dikerjakan tidak sesuai ketentuannya maka ibadahnya tidak sah; seperti tidak melakukan wukuf di ‘Arafah. Wajib dalam ibadah haji dan umroh adalah suatu yang jika di abaikan secara keseluruhan atau tidak memenuhi syaratnya maka umroh haji tetap sah.

2.3.4 Pengertian Umroh

Secara Bahasa, umroh artinya ziarah. Secara istilah, umroh artinya mengunjungi Baitullah (Ka’bah) dengan melakukan serangkaian ibadah seperti thawaf, sa’i dan bercukur semata-mata mengharap ridho Allah SWT. (RI, 2020) Allah firman dalam surah Al-Baqarah: 196:

وَاتَّمُوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ فَإِنْ أُحْصِرْتُمْ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ وَلَا تَحْلِقُوا رُءُوسَكُمْ حَتَّىٰ يَبْلُغَ الْهَدْيُ مَحَلَّهُ فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ مَّرِيضًا أَوْ بِهِ أَذًى مِنْ رَأْسِهِ فَفِدْيَةٌ مِنْ صِيَامٍ أَوْ صَدَقَةٍ أَوْ نَسْكَ فَإِذَا أَمِنْتُمْ فَمَنْ تَمَتَّعَ بِالْعُمْرَةِ إِلَى الْحَجِّ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ فَمَنْ لَمْ يَجِدْ فَصِيَامٌ ثَلَاثَةَ أَيَّامٍ فِي الْحَجِّ وَسَبْعَةً إِذَا رَجَعْتُمْ تِلْكَ عَشْرَةٌ كَامِلَةٌ ذَلِكَ لِمَنْ لَمْ يَكُنْ أَهْلَهُ حَاضِرِي الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَعَلِمُوا أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ .

Artinya: Dan sempurnakanlah ibadah haji dan umroh karena Allah. Tetapi jika kamu terkepung (oleh musuh), maka (sembelihlah) hadyu yang mudah didapat, dan jangan kamu mencukur kepalamu, sebelum hadyu sampai di

tempat penyembelihannya. Jika ada di antara kamu yang sakit atau ada gangguan di kepalanya (lalu dia bercukur), maka dia wajib berfidyah, yaitu berpuasa, bersedekah atau berkorban. Apabila kamu dalam keadaan aman, maka barangsiapa mengerjakan umroh sebelum haji, dia (wajib menyembelih) hadyu yang mudah didapat. Tetapi jika dia tidak mendapatkannya, maka dia (wajib) berpuasa tiga hari dalam (musim) haji dan tujuh (hari) setelah kamu kembali. Itu seluruhnya sepuluh (hari). Demikian itu, bagi orang yang keluarganya tidak ada (tinggal) di sekitar Masjidilharam. Bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah sangat keras hukuman-Nya.

Menurut (Zakiah Daradja, 1995) hukum ibadah umroh ialah wajib dilaksanakan sekali seumur hidup, sedangkan bagi orang yang melaksanakan umroh lebih dari satu kali hukumnya sunnah. Waktu pelaksanaan umroh sepanjang tahun atau waktu-waktu selain musim haji yakni pada hari wukuf dan hari Tasyrik.

1. Syarat Umroh

Adapun syarat melaksanakan ibadah umroh sebagai berikut:

- a) Beragama islam
- b) Baligh dan berakal sehat
- c) Merdeka
- d) Mampu
- e) Ada mahram (khusus perempuan)

2. Rukun Umroh

Adapun rukun melaksanakan ibadah umroh sebagai berikut:

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

2.4 Kerangka Pikir

Menurut (Kertaja, 2003) Adapun kerangka pemikiran yang di gunakan dalam penelitian ini sebagai penjelasan sementara terhadap gejala objek permasalahan dan merupakan argumentasi menggunakan logika deduktif dengan menggunakan pengetahuan ilmiah sebagai premis dasarnya.

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB III**METODE PENELITIAN****3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang merupakan gabungan penelitian deskriptif dan kualitatif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif menampilkan hasil data apa adanya tanpa proses manipulasi atau perlakuan lain.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**3.2.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian akan di lakukan di. PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru yang bertempat di jalan Melati kompleks Royal Platinum B2 Kel. Bina Widya Kec. Tampan kota Pekanbaru, Provinsi Riau.

3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian di lakukan pada bulan Februari s.d Juni 2024 .

3.3 Sumber Data

Penulis menggunakan data sumber sebagaimana yang telah selayaknya di gunakan dalam penelitian kualitatif, kedua sumber tersebut adalah

3.2.1 Data primer

Data yang di peroleh dari wawancara dan observasi, adapun sumber data primer di gunakan penulis dalam penelitian ini adalah berasal hasil dari wawancara.

3.2.2 Data sekunder

Data yang di peroleh dari dokumen-dokumen dan buku yang berkaitan dengan masalah yang di teliti.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3.4 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, komisaris yaitu Andri Murianto. S.H dan tim Syi'ar oleh Ibuk Rita dan selaku admin PT. Niat Suci Kebaitullah oleh kk Mutiara kun S.ES.Psi
- 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 Ibuk Mutia selaku Admin PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dapat di lakukan dengan cara antara lain:

3.5.1 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)

Metode wawancara ini untuk mendapatkan data dengan cara melakukan sesi tanya jawab secara langsung kepada pihak- pihak yang berkaitan. 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. di PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru guna mendapatkan data dan keterangan yang menunjang analisis dan penelitian ini. Adapun langkah – langkah berdasarkan topiknya terdapat bentuk-bentuk teknik yaitu Wawancara bebas dan wawancara mendalam.

3.5.2 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). Observasi merupakan salah satu cara mendapatkan informasi apapun dari suatu peristiwa dengan cara mengamati secara langsung seperti belajar ilmu pengetahuan mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi di PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru ataupun di peroleh secara tidak langsung dengan membaca ataupun mendengarkan penjelasan dari pihak lain, observasi juga termasuk kegiatan pencatatan secara sistematis mengenai semua gejala obyek yang di teliti. Dalam melakukan observasi peneliti harus berperan aktif dalam kegiatan di lapangan, sehingga peneliti dengan mudah mengamati karena berbaur dengan yang di teliti. Dalam wawancara yang mendalam sebaiknya di gunakan wawancara terbuka yang dapat secara leluasa menggali data selengkap mungkin dan sedalam mungkin sehingga pemahaman peneliti terhadap fenomena yang ada sesuai dengan pemahaman para pelaku itu sendiri, jika perlu di bantu dengan alat perekam.

3.5.3 Dokumentasi

Menurut (Lili Marliya, 2016) Kajian dokumen merupakan sarana pembantu penelitian dalam mengumpulkan data atau informasi PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru dengan membaca surat-surat, pengumuman, ikhtisar rapat, pernyataan tertulis kebijakan tertentu dan bahan-bahan tulis lainnya. Metode pencarian data ini sangat berguna dan bermanfaat karena dapat di lakukan dengan tanpa mengganggu obyek atau suasana penelitian. Peneliti dengan mempelajari dokumen-dokumen tersebut dapat mengenal budaya dan nilai-nilai yang di anut oleh obyek yang di telili. Pengumpulan data perlu di dukung pula dengan pendokumentasian berbentuk foto, video, dan VCD. Dokumentasi ini berguna untuk mengecek data yang telah terkumpul. Pengumpulan data sebaiknya di lakukan secara bertahap dan sebanyak mungkin di kumpulkan oleh peneliti. Ini berguna, jika kemudian ada data yang tidak dapat di pakai atau kurang relevan, peneliti masih bisa memanfaatkan data yang lain.

Seperti yang telah di kemukakan sebelumnya, studi dokumentasi menjadi metode pelengkap bagi peneliti kualitatif, yang pada awalnya menempatkan posisi yang kurang di manfaatkan dalam teknik pengumpulan datanya, sekarang menjadi bagian yang tidak terpisah dari teknik pengumpulan data dalam metodologi penelitian kualitatif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



3.6 Validitas Data

Untuk mendapatkan hasil penelitian menurut (Sugiono 2014), yang baik dan benar data yang kita peroleh harus teruji kebenarannya dan lebih di tekankan kepada validitas datanya. Untuk menjaga keabsahan data dari hasil dari penelitian kualitatif, digunakannya uji validitas data.

Validasi data ini sangat berhubungan erat dalam penanganan terhadap teknik pengumpulan data ketika penelitian terjun ke lapangan guna mencari dan mengumpulkan informasi yang kemudian di gunakan untuk menganalisis masalah atau menganalisis data. Validasi artinya suatu tindakan pembuktian yang mana di lakukan dengan cara yang sesuai dengan bahan, penjual, proses, perlengkapan, hingga bagaimana cara penelitian tersebut digunakan dalam produksi dan juga pengawasan selama berjalannya penelitian.

Sehinggah kegiatan validasi ini bisa di artikan sebagai suatu pekerjaan dokumentasi yang mana merupakan sebuah tata cara atau metode pembuktian yang harus dilakukan dengan cara yang sesuai dengan tata cara, metode, bahkan penjual penelitian yang berlaku.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam teknik analisis data kualitatif, tekniknya cenderung menggunakan deskripsi untuk hasil analisisnya, teknik ini tidak berpusat pada jumlah, melainkan pada penjelasan, penyebab, serta hal-hal yang mendasari topik. Deskriptif berhubung dengan kata-kata menjawab pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa” di kumpulkan dengan cara observasi atau wawancara dan di analisis dengan mengelompokkan data menjadi beberapa kategori. Sama seperti metode penelitian kualitatif, teknik analisis data ini bertujuan untuk mendalami serta mencari tahu suatu fenomena tertentu. Teknik ini tentunya di gunakan pada penelitian yang data nya berupa deskripsi ataupun mengangkat permasalahan terkait fenomena sosial, perilaku manusia dan hal-hal yang tidak bisa di ukur dengan angka.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB IV

GAMBARAN UMUM

PT. NIAT SUCI KEBAITULLAH KOTA PEKANBARU

4.1 Sejarah Berdirinya PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru

Menurut (Panduan pedoman PT. Niat Suci Kebaitullah 2024) menyatakan bahwa PT. NIAT SUCI KEBAITULLAH (NSK) adalah perusahaan swasta yang bergerak di bidang biro perjalanan wisata; Umroh dan Haji Khusus, dan City Tour Mancanegara. Didirikan dengan spirit pembangunan yang profesional, efektif, efisien dan inovatif. Perusahaan ini berdiri pada tanggal 03 Januari 2017 di kota Pekanbaru berdasarkan akta notaris yang dibuat oleh Notaris Syarif Gestunof SH. MKn, Notaris di Kabupaten Kampar, dan telah mengalami akta perubahan Nomor 03, tanggal 13 Mei 2022, Notaris Regina Malviani SH. MKn, Notaris di Kabupaten Bengkalis, serta telah memperoleh persetujuan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui surat keputusan terbaru nomor : AHU-0032977.AH.01.02. Tahun 2022. Melalui surat keputusan tersebut perusahaan ditetapkan sebagai Perusahaan Persero, yaitu menjadi PT. Niat Suci Kebaitullah. PT. Niat Suci Kebaitullah merupakan perusahaan yang sudah lama berdiri yang dipimpin oleh Direktur dalam hal ini Dr. H. Irma Romi Anto, S.H., M.H., CPL di bidang penyediaan jasa biro perjalanan wisata, baik sebagai perorangan maupun berkontribusi atau tergabung dalam lembaga tertentu. Saat ini PT. Niat Suci Kebaitullah berkomitmen untuk memberi pelayanan dan kualitas kinerja yang terbaik kepada klien/konsumen, melalui manajemen teknologi, kualitas SDM (tenaga Ahli dan Terampil), sistem informasi yang terintegritas, sampai dengan manajemen mutu dan resiko dalam setiap paket perjalanan yang ditawarkan. Komitmen perusahaan tersebut dibangun dengan tujuan untuk memberi kepuasan klien secara nyata dengan pelayanan yang berkualitas, berpengalaman, dan professional.

Selanjutnya dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Yang berkaitan dengan sejarah berdirinya PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru. Adapun pertanyaannya :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Peneliti

: *Bagaimana sejarah berdirinya PT. Niat Suci ke Baitullah Kota Pekanbaru ?*

Narasumber

: *Ya buk. secara umum saya masih ingat berdirinya ini sejak tahun 2017. Latar belakangnya saat saya menjadi pengacara, lalu ditahun itu juga lebih dari 10 orang yang datang kepada saya karena mereka merasa ditipu dengan Travel wisata Haji dan Umroh namun uang pendafrannya digelapkan oleh Travel yang bersangkutan. Lalu mereka datang ke saya untuk meminta saya sebagai kuasa hukumnya dipengadilan. Maka dengan banyaknya kejadian ini tergeraklah hati saya untuk membuka Travel ini dengan izin resmi agar jamaah yang sudah berniat ketanah suci dapat menunaikan niatnya tanpa ada kendala apapun. Ditambah lagi dengan tingginya minat masyarakat Indonesia yang ingin melaksanakan ibadah di tanah suci*

Dari pernyataan diatas dapat peneliti simpulkan bahwa ada dua latar belakang sejarah berdirinya PT. Niat Suci ke Baitullah Kota Pekanbaru. Pertama tergeraknya hati CEO PT. Niat Suci ke Baitullah Kota Pekanbaru yang banyaknya bermunculan Travel wisata Religi ilegal, sehingga CEO membuat yang resmi agar niat para masyarakat untuk berbadah ketanah Suci terlaksanakan. Kedua karena permintaan Jamaah untuk ke Baitullah semakin meningkat.

4.2 Profil Lengkap PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru

Nama Perusahaan	PT.NIAT SUCI KEABITULLAH
Bidang Usaha	Biro Perjalanan Wisata
Alamat Lengkap	Jl. Melati Komplek Royal Platinum B2 Kel. Binawidya Kec. Tampan, Pekanbaru, Riau
No. PPIU	Nomor U.288 Tahun 2020
PIC	H. Irma Romi Anto S.H., M.H., CPL
Jabatan PIC dalam Perusahaan	Direktur
Telepon	(0761) 670 5225

Email	nskhaji.umroh@gmail.com
-------	--

4.3 Program Kerja PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru

Program merupakan kumpulan rencana yang akan dilaksanakan oleh satu individu, sejumlah lembaga, atau bahkan Negara. Akibatnya, ada program untuk seseorang, kelompok atau organisasi, bangunan, atau bahkan negara. Sedangkan menurut (Suharsimi Arikunto, 1998) mengemukakan program adalah sebagai berikut:

“Program adalah kumpulan jadwal kerja yang akan dilaksanakan untuk menyelesaikan tugas tertentu.”

Oleh karena itu, dari masing-masing setiap perusahaan pasti memiliki yang namanya bentuk program kerja, program kerja dari bentuk strategi suatu perusahaan tersebut untuk mencapai tujuan masing-masing kesuksesan perusahaan tersebut memiliki program yaitu : Aman, Nyaman, Berkah.

4.4 Visi dan Misi PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru

4.4.1 Motto PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru

Menjadi Biro Perjalanan Wisata Syariah dan Tour Mancanegara yang paling dikagumi dan bermutu tinggi

4.4.2 Visi PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru

- Berorientasi pada kualitas pelayanan
- Mengembangkan sumber daya manusia (SDM) yang intelektual, berpengalaman, dan professional
- Menerapkan tata kelola perusahaan yang sistematis

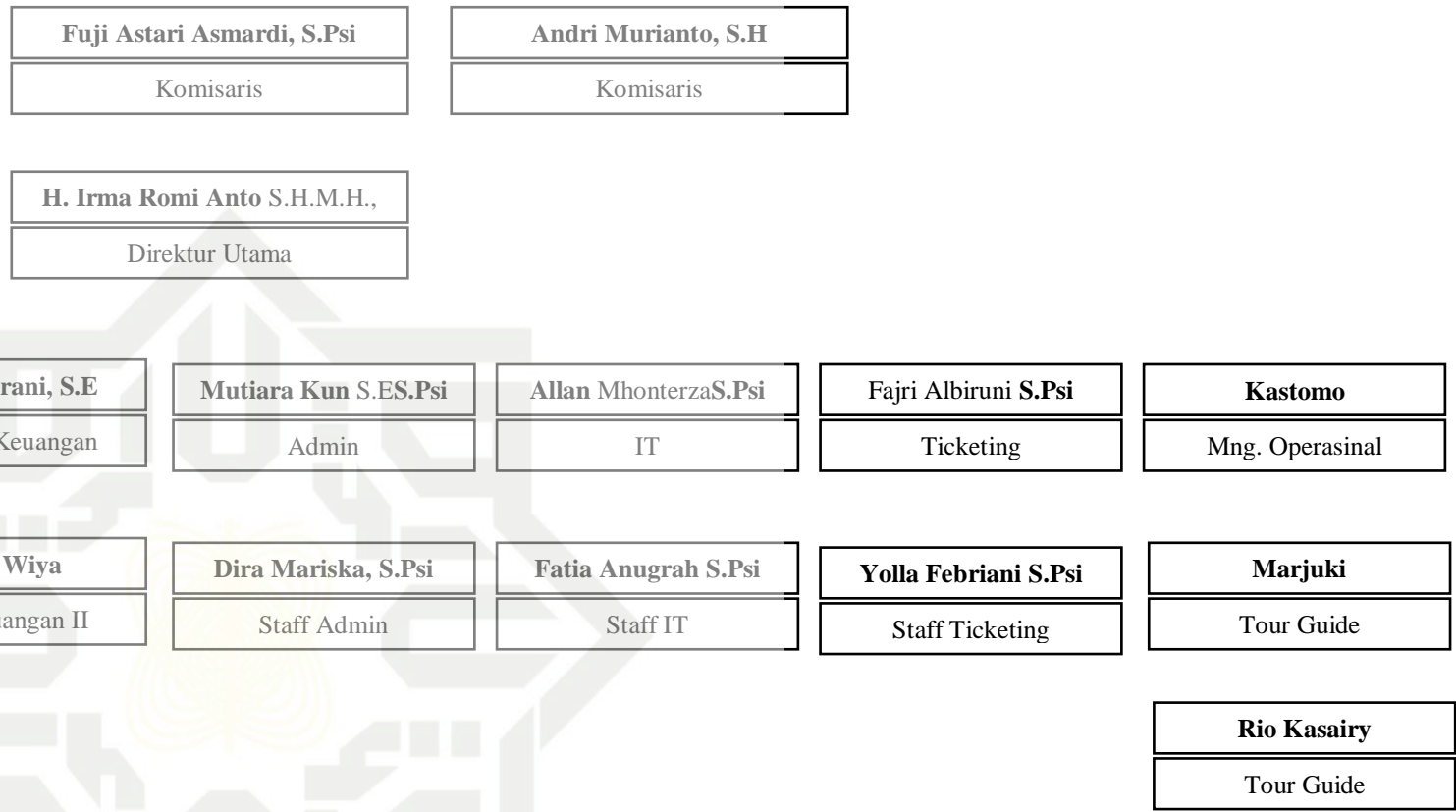
UIN SUSKA RIAU

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.



4.5. Struktur organisasi PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of S

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

6 Legalitas Perusahaan & Susunan Direksi

1 Legalitas Perusahaan

Nama Perusahaan	PT.NIAT SUCI KEABITULLAH
Alamat Perusahaan	Jl. Melati Komplek Royal Platinum B2 Kel. Binawidya Kec. Tampan, Pekanbaru, Riau
NPWP	82.888.175.5-216.000
Bentuk Perusahaan	PT. (Perseroan Terbatas)
Akta Pendirian	No. 03 Jumat, 13 Mei 2022 (Akta Perubahan)
SIUP	No. 163/03.03/DPMPPTSP/X/2017
NIB	0220102250659
Asosiasi	AITA
No. Telepon	0811766506
Email	ceo@nskgroup.co

2. Susunan Direksi

Direktur Utama	Dr. H. Irma Romi Anto S.H., M.H., CPL
Komisaris Utama	Fuji Astari S.Psi
Komisaris	Andri Murianto S.H

4.7.1 Jasa Layanan

PT. Niat Suci Kebaitullah (NSK) Tour & Travel memiliki produk dan layanan yang beragam dan dikemas secara baik dan variatif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan maupun kebutuhan ibadah Jama'ah dengan berpegang teguh pada prinsip memudahkan dan memberikan kenyamanan.

1. Paket Layanan Umroh

- a) Paket Umroh Hemat, fasilitas hotel bintang *4
- b) Paket Umroh Dekat, fasilitas hotel bintang *5
- c) Paket Umroh Nikmat, fasilitas hotel bintang *5
- d) Paket Umroh Mantap, fasilitas hotel bintang *5

2. Paket Layanan Haji

- a) Paket Haji Khusus (langsung berangkat)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

3. Paket Layanan Wisata Muslim dan Halal Tour

- a) Wisata Muslim Explore Turki
- b) Wisata Muslim Explore Singapore
- c) Wisata Muslim Explore Malaysia

4. Jasa Layanan Dokumen Perjalanan

- a) Pengurusan Paspor
- b) Pengurusan Visa

5. Brosur

Brosur Paket Umroh

Gambar 4.1

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PT. NIAT SUCI KE-BAITULLAH
 IZIN UMROH NO. 288 TAHUN 2020 - IZIN HAJI NO. 02201022506590001

INFO PENDAFTARAN :
ADMIN NSK
0811 7523 800

UMROH MUSIM 1446 H

★★★★★ PAKET HEMAT - 11 H 30,850 Jt *4 Hari Madinah - *5 Hari Makkah	★★★★★ PAKET DEKAT - 13 H 36,850 Jt *5 Hari Madinah - *6 Hari Makkah	★★★★★ PAKET ARBA'IN - 16 H 38,850 Jt *9 Hari Madinah - *5 Hari Makkah	★★★★★ UMROH + TURKI - 15 H 48,850 Jt *4 Madinah - *4 Makkah - *4 Turki
★★★★★ AWAL RAMADHAN - 13 H 36,850 Jt *4 Madinah - *7 Makkah	★★★★★ PERTENGAHAN RAMADHAN - 13 H 37,850 Jt *4 Madinah - *7 Makkah	★★★★★ AKHIR RAMADHAN - 16 H 48,850 Jt *3 Madinah - 11 Makkah	★★★★★ FULL RAMADHAN - 30 H 69,850 Jt *8 Madinah - 21 Makkah
★★★★★ FULL RAMADHAN - 30 H BY SHUTTLE BUS HOTEL 36,850 Jt *3 Madinah - *25 Makkah - TANPA MAKAN	Harga Sama Untuk Wilayah: PEKANBARU, PADANG, MEDAN, SURABAYA, UJUNG PANDANG, LOMBOK, BALIKPAPAN, MAKASSAR, JAKARTA, PALEMBANG, JOGJAKARTA,		

HOTEL

- MAKKAH HILTON TOWER ★★★★★ (SEMUA PAKET KEQUALI RAMADHAN)
- FAJAR BADIE 2 ★★★ (PAKET RAMADHAN, KEQUALI PAKET SHUTTLE BUS)
- SHUTTLE BUS HOTEL (PAKET FULL RAMADHAN BY SHUTTLE BUS)
- MADINAH AL ANSHAR GOLDEN TULIP (SEMUA PAKET)

FLIGHT

- SUPER AIR JET**
- Batik air**
- PEKANBARU → KUALA LUMPUR → JEDDAH**
- *RUTE DAN PESAWAT SEWAKTU-WAKTU DAPAT BERUBAH SESUAI KEBIJAKAN MASKAPAI

FASILITAS

- PERLENGKAPAN & MANASIK
- TOUR LEADER, MUTHOWIF, HANDLING MAKKAH & MADINAH
- MAKAN 3X SEHARI
- CITY TOUR MAKKAH, MADINAH, THAI
- JARAK HOTEL DEKAT

HEAD OFFICE : Jl. Metro Komplek, Royal Platinum 82 Kel. Binawidya Kec. Tampian - Pekanbaru (0761) 670-5225

www.nskgroup.co | @officialnsgroup

Brosur Paket Tour Mancanegara

Gambar 4.2

NSK
BUCHIKAN NIAT BERSAMA
PT. NIAT SUCI KEBAITULLAH
IZIN KEMENAG RI NO. 388 TAHUN 2020

INFO & PENDAFTARAN :

Umroh Plus Turki **FLASH SALE**

ALL IN PACKAGE
PEKANBARU - JAKARTA - TURKI

Rp 42,850,000
HANYA 9 SEAT...!

KEBERANGKATAN
19 OKTOBER 2023
(15 Hari)

Flight by : **السعودية SAUDIA**

Head Office :
Jl. Masjid Komplek Royal Platinum E2 Kel. Binawidya
Kec. Tampora - Pekanbaru 27162 070-5225

ceo@nsgroup.co
www.nsgroup.co
niat.sucike.baitullah
@officialnsgroup

© Haas cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



UIN SUSKA RIAU

Brosur Paket Haji

Gambar 4.3

PT. NIAT SUCI KE-BAITULLAH
IZIN UMROH NO. 288 TAHUN 2020 - IZIN HAJI NO. 02201022506590001

Haji Tanpa Antri
1445 H

VISA RESMI HAJI
IZIN HAJI NO. 02201022506590001

PROGRAM 20 HARI
KEBERANGKATAN 10 JUNI 2024

RP 350.000.000
*UANG KEMBALI 100% JIKA VISA TIDAK KELUAR

Flight by : **SAUDIA** **Fly Emirates** **ETIHAD**

Jl. Melati Komplek Royal Platinum B2 Kel. Binawidya
Kec. Tampian - Pekanbaru (0761) 670-5225
www.nskgroup.co official@nskgroup.co @officialnsgroup niat.sucike.baitullah

© Ha cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan pada bab- bab yang sudah penulis sajikan, maka dapat disimpulkan bahwasanya:

1. Kegiatan digital marketing yang diterapkan oleh PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru sesuai dengan teori Liesander dan Dharmayanti yang menyatakan bahwa terdapat indikator-indikator dalam mengimplementasi digital marketing yang terdiri dari 4 bagian yaitu, biaya transaksi, program insentif, desain situs, dan interaktif, yang mana indikator tersebut di implementasikan pada platform media sosial yang dimiliki oleh PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru dalam melakukan kegiatan pemasaran. Implementasi digital marketing tersebut telah terbukti meningkatkan perolehan jumlah jamaah umroh pada tahun 2017 sampai dengan tahun 2024.
2. Adapun dampak mengimplementasikan digital marketing pada travel PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru yaitu dampak segmentasi pasar, penentuan target pasar dan *positioning* sehingga memberikan informasi secara detail tanpa harus datang jauh- jauh ke kantor pelaksana, dan dengan mudah dijangkau banyak orang. Serta bertambahnya jumlah keberangkatan jamaah umroh dari tahun ke tahun, adapun platform yang di gunakan yaitu, *Instagram, WhatsApp, Facebook, dan Tiktok.*

6.2. Saran

Setelah melakukan penelitian di PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru kota Tangerang dan melaksanakan wawancara, penulis ingin memberikan saran yang berkaitan dengan implementasi pemasaran melalui digital marketing untuk meningkatkan jumlah jamaah umroh dan sebagai berikut.

1. Diharapkan PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru dapat mengembangkan seluruh instrumen digital marketing agar lebih optimal dan menarik calon jamaah.
2. Diharapkan PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru dapat merekrut pegawai tenaga programmer untuk melaksanakan kegiatan digital marketing sehingga dapat berjalan dengan baik.

3. PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru diharapkan dapat terus menjaga dan meningkatkan pelayanan terhadap jama"ah yang menggunakan jasa travelnya.
4. PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru diharapkan tetap konsisten dengan komitmennya dengan memberikan harga yang terjangkau dan pelayanan yang maksimal.
5. PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



DAFTAR PUSTAKA

- Mulyadi, *Implementasi kebijakan* (Jakarta: Balai Pustaka, 2015), 45.”
- Achmad rido, “ Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Jama’ah Umrah Dan Haji Plus PT. Ameera Mekkah Travel Cabang Kalimantan Selatan.”
- Ade Marpudin, *Strategi Pemasaran Jasa Haji dan Umrah*, (Ciputat: 2020), hal. 245.
- Astri Rumondang, dkk. *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hal.1.
- Coviello, N., Milley, R., Marcolin, B, “*Understanding IT-enabled interactivity incontemporary marketing*”. *Journal of Interactive Marketing*, (Vol.15 No. 4, 2001) hal. 18-33.
- D.Todd Donava. *Journal off marketing* (Januari 2004), hal 128
- Dewi Masitah. “*Dinamika Bisnis Travel Umrah Se-Kota Pasuruan Di Era Globalisasi*”. *Ejournal.Stainpamekasan.Ac.Id*. hal. 4
- Diambil dari skripsi “*Strategi Digital Marketing PT. Wahana Mitra Wisata (Wahana Haji Umrah)*”, Sangkot Salamah (1113053000018) Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunika
- Didin Hadid saputra dkk. 2020. *Digital Marketing Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. (Jakarta: Yayasan Kita Menulis) hal. 41.
- Hakim, L. N. (2017). *Strategi Pemasaran Produk Sebagai Upaya Peningkatan Jumlah Jama’ah Umrah Studi Pada PT. Arminareka Perdana Tour & Travel Kota Bengkulu* (Doctoral dissertation, IAIN Bengkulu).
- Inovasi Sistem Digital Pemasaran Produk Travel Agents, (diakses pada tanggal 16-6-2022 pukul 16.01 WIB)
- ismayanti, Y, *Implementasi Syariah Marketing dalam Penetapan Strategi Pemasaran*.
- Jumlah Jamaah Umroh 2022 Berkali-kali Lipat Dibandingkan Jamaah Haji Setiap Tahun (diakses pada 23 6 2024, pukul 12.02)
- Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi 13 jilid 1....5
- Lili Marliya, “*Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif*.” Hal. 12
- Nauli, R. S. (2020). *Penerapan Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umroh PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Nurdin Usman, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum* (Jakarta:Grasindo,2002), 170
- Panduan pedomana PT. Niat Suci Kebaitullah (NSK). Edisi terbaru 2024

- Rachmadi, “Studi Tentang Rekrutmen Calon Jama’ah Haji Dalam Keberangkatan Ke Saudi Arabia Di Kantor Kementerian Agama Samarinda.”
- Serian Wijatno, *Pengantar Entrepreneurship* (Jakarta: Grasindo, 2019), hal. 176.
- SN jannah, “Analisis Strategi pemasaran produk simpanan haji dan umrah berbasis syariah dalam meningkatkan jumlah.” Hal.23
- Suharsimi Arikunto, *Penilaian Program Pendidikan*, (Yogyakarta: Bima Aksara, 1998), hal. 129
- Ul mardiah, “marketing syariah perspektif muhammad syakir sula.” utami, “strategi marketing.” wahab, *analisis kebijakan negara (2001) wahab (2001:65)*.
- Wawancara peneliti dengan Manejer PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru Pada hari Kamis, 13 Juni 2024, Pukul 11.00– 11.30 WIB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



LAMP IRAN

INSTRUMEN WAWANCARA

Tanggal dan waktu : Kamis, 13 Juni 2024
Tempat : PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru

NO	MARERI WAWANCARA
1	Bagaimana sejarah berdirinya PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru ?
2	Bagaimana Mekanisme Pemasaran, Pendaftaran Umrah dan Perolehan Jumlah Jamaah PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru ?
3	Siapa saja jaringan kerja sama PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru dalam menjalankan bisnis?
4	Selama PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru beroperasi apakah perusahaan pernah menerima komplain yang mengakibatkan jamaah merasa paket yang ditawarkan tidak sesuai dengan yang diberikan?
5	Apa Saja Media Promosi yang dilakukan Oleh PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru ?
6	Jenis-jenis digital marketing apa saja yang digunakan PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru?
7	Apa dampak PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru dalam mengimplementasikan digital marketing?
8	Langkah apa yang dilakukan PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru untuk tetap mempertahankan eksistensi perusahaan?

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



LAMPIRAN

HASIL TRANSKIP WAWANCARA

Tanggal dan waktu : Kamis, 13 Juni 2024
Tempat : PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru

	MATERI WAWANCARA
Peneliti	Bagaimana sejarah berdirinya PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru ?
Wawancara	<i>Ya buk. secara umum saya masih ingat berdirinya ini sejak tahun 2017. Latar belakangnya saat saya menjadi pengacara, lalu ditahun itu juga lebih dari 10 orang yang datang kepada saya karena mereka merasa ditipu dengan Travel wisata Haji dan Umroh namun uang pendafrannya digelapkan oleh Travel yang bersangkutan. Lalu mereka datang ke saya untuk meminta saya sebagai kuasa hukumnya dipengadilan. Maka dengan banyaknya kejadian ini tergeraklah hati saya untuk membuka Travel ini dengan izin resmi agar jamaah yang sudah berniat ketanah suci dapat menunaikan niatnya tanpa ada kendala apapun. Ditambah lagi dengan tingginya minat masyarakat Indonesia yang ingin melaksanakan ibadah di tanah suci</i>
Peneliti	Bagaimana Mekanisme Pemasaran, Pendaftaran Umrah dan Perolehan Jumlah Jamaah PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru ?
Wawancara	<i>Ya buk. Sebagai agen perjalanan haji dan umroh, sebagaimana diungkapkan oleh Kemitraan bahwa berkeinginan memberikan pelayanan terbaik untuk memenuhi kebutuhan jamaah terhadap perjalanan spiritual ke Mekkah dan Madinah, PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru juga telah membangun hubungan dan komunikasi yang baik kepada pelanggan khususnya para Syi'ar Team peserta jamaah umroh mereka.</i>
Peneliti	Siapa saja jaringan kerja sama PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru dalam menjalankan bisnis?
Wawancara	<i>Ya buk. Travel tentunya memiliki jaringan kerja dalam menjalankan bisnis ini diantaranya adalah jaringan maskapai yang selalu kami persiapkan jauh jauh hari dengan segala persiapannya.</i>
Peneliti	Selama PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru beroperasi apakah perusahaan pernah menerima komplain yang mengakibatkan jamaah merasa paket yang ditawarkan tidak sesuai dengan yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

	diberikan?
Wawancara	<i>Ya buk. Travel kami juga pernah menerima komplen disaat Covid 2019 PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru kami menaikkan 3% dari dari harga normal disebabkan jamaah yang berangkat dibatasi. Akhirnya ada beberapa saja jam'ah yang sudah mendaftar keluar dan mencari Travel lain yang lebih murah.</i>
Peneliti	Apa Saja Media Promosi yang dilakukan Oleh PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru ?
Wawancara	<i>Ya. Travel kami juga mengedepankan segala upaya promosi kepada masyarakat agar tertarik ikut dengan travel kami seperti perlengkapan lengkap dengan baju yang sudah siap, bukan bahan kain agar mereka langsung bisa memakainya</i>
Peneliti	Jenis-jenis digital marketing apa saja yang digunakan PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru?
Wawancara	<i>Ya buk. Travel menggunakan digital marketing dalam media pemasaran diantaranya WA, Facebook Tiktok dan Instagram</i>
Peneliti	Apa dampak PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru dalam mengimplementasikan digital marketing?
Wawancara	<i>Tentunya sangat efektif dan dampaknya tentu sangat berpengaruh baik secara signifikan dan dapat memberikan potensi pertumbuhan penjualan. yang sangat besar, sebab digital marketing membuat PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru mampu menjangkau pasar global dengan mudah, efisien, dan efektif.</i>
Peneliti	Langkah apa yang dilakukan PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru untuk tetap mempertahankan eksistensi perusahaan?
Wawancara	<i>melakukan proses pengelompokan dan kategorisasi secara tidak langsung, yaitu segmentasi pasar (segmenting), penentuan target pasar (targeting), sampai dan positioning</i>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



LAMPIRAN

DOKUMENTASI FOTO



*Dokumentasi bersama Bu Rita Pasaribu
(Tim Syi'ar PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru)*



*Dokumentasi bersama Andri Muriant, S.H,
(Komisaris PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru)*

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



*Dokumentasi bersama Mutiara Kun S.ES.Psi
(Admin PT. Niat Suci Kebaitullah Kota Pekanbaru)*

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



RIWAYAT HIDUP PENULIS



DINDA KIRANA, lahir di Medan 26 Oktober 2002. Anak ketiga dari 5 bersaudara merupakan putri dari bapak Muhammad Jamil Harahap dan ibu Suryanita. Penulis menempuh Pendidikan mulai dari SD Negeri 0024 Simpang barumun dan selesai 2013, kemudian melanjutkan sekolah di Pondok Modren Darussalam Gontor Putri Kampus 7 5 tahun dan melanjutkan 1 tahun di Gontor Putri Kampus 2 Ngawi Jawa Timur Indonesia selesai tahun 2019.

Setelah lulus penulis mengabdikan diri di Pondok Pesantren Modern Putri Ulul Albab di Sumatra Barat Pada tahun 2020 penulis diterima di Penguruan 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 Raja Bejamu Kecamatan Sinaboi Kabupaten Rokan Hilir Setelah itu, penulis melanjutkan program dari prodi yaitu Praktek Profesi Manajemen Dakwah di PT. Haji dan umrah Safinatunnajah Pada akhir tahun 2023 hingga awal tahun 2024 penulis melakukan penelitian di PT. Niat suci kebaitullah dengan judul skripsi **“Impelementasi pemasaran melalui digital marketing dalam meningkatkan jumlah jamaah ibadah umrah pada travel PT. Niat suci kebaitullah kota pekanbaru”**

© 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.