

**SKRIPSI**

**“STRATEGI *MARKETING MIX* TRAVEL AGENT DALAM  
MENARIK MINAT CALON JAMAAH HAJI DAN UMROH  
DI METRO  
(Studi di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umroh  
dan Haji Plus)”**

**OLEH:**

**NABELA SUKMA MELATI  
1704010027**



**Jurusan Manajemen Haji dan Umroh  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) NETRO  
TAHUN 1443 H /2021 M**

**STRATEGI *MARKETING MIX* TRAVEL AGENT DALAM  
MENARIK MINAT CALON JAMAAH HAJI  
DAN UMROH DI METRO  
(Studi di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umroh  
dan Haji Plus)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir Dan Untuk Memenuhi Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi ( S.E. )

Oleh :

Nabela Sukma Melati  
1704010027

Pembimbing :

Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I.,M.Ud

Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) NETRO  
TAHUN 1443 H /2021 M**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : STRATEGI *MARKETING MIX* TRAVEL AGENT  
DALAM MENARIK MINAT CALON JAMAAH HAJI  
DAN UMRAH DI METRO (STUDI DI PT. GARIS  
LURUS LINTAS SEMESTA TRAVEL UMRAH DAN  
HAJI PLUS)

Nama : Nabela Sukma Melati

NPM : 1704010037

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Manajemen Haji Dan Umrah

### MENYETUJUI

Sudah dapat kami setuju untuk dimunaqosyahkan dalam sidang  
munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, 29 Oktober 2021  
Dosen Pembimbing

  
Sukma Sari Dewi Chan, S. Th.I.,M.Ud  
NIDN. 2008029201

## NOTA DINAS

Nomor : -  
Lampiran : 1 (satu) Berkas  
Perihal : **Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosyahkan**

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Di -  
Tempat

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka skripsi saudara:

Nama : Nabela Sukma Melati  
NPM : 1704010027  
Jurusan : Manajemen Haji Dan Umrah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul : STRATEGI *MARKETING MIX* TRAVEL AGENT  
DALAM MENARIK MINAT CALON JAMAAH HAJI  
DAN UMRAH DI METRO (STUDI DI PT. GARIS  
LURUS LINTAS SEMESTA TRAVEL UMRAH DAN  
HAJI UMRAH

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Metro, 29 Oktober 2021  
Dosen Pembimbing



Sukma Sari Dewi Chan, S. Th.L., M.Ud  
NIDN. 2008029201



KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Gadjah Mada Diwacaukan Kampus 15 Alimingsuljo Kota Metro Lampung 34111

Telp: (0725) 41597, Fax: (0725) 41296; Website: www.iainmetro.ac.id E-mail: iainmetro@iainmetro.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-2672/10.20.3/D/PP.60.9/11/2021

Skripsi dengan Judul: STRATEGI MARKETING MIX TRAVEL AGENT DALAM MENARIK MINAT CQQLON JAMA'AH HAJI DAN UMROH (Studi Di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umroh Dan Haji Plus), disusun Oleh: Nabela Sukma Melati, NPM: 1704010027, Jurusan: Manajemen Haji dan Umroh, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Selasa/16 November 2021

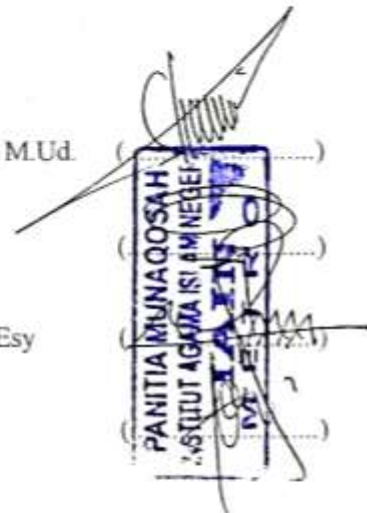
**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Sukmasari Dewi Chan, S.Th.I., M.Ud.

Penguji I : Suci Hayati, M.S.I

Penguji II : Liana Dewi Susanti, S.H.I., M.Esy

Sekretaris : Ani Nurul Imtihanah, M.S.I



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

M. Jalil, M.Hum  
20812 199803 1 001

## ABSTRAK

### STRATEGI *MARKETING MIX* TRAVEL AGENT DALAM DALAM MENARIK MINAT CALON JAMA'AH HAJI DAN UMRAH DI METRO (STUDI DI PT. GARIS LURUS LINTAS SEMESTA TRAVEL UMRAH DAN HAJI PLUS)

Oleh:  
NABELA SUKMA MELATI  
1704010027

Haji merupakan rukun islam yang kelima dan hukumnya wajib bagi yang mampu, perkembangan jumlah jama'ah haji di Indonesia saat ini dari tahun ke tahun selalu mengalami kenaikan, namun keinginan yang tinggi tidak di dukung oleh kebijakan pemerintah yang hanya menetapkan kuota terbatas dan mengakibatkan daftar tunggu yang panjang (*waiting list*). Akibat dari daftar tunggu yang panjang membuat para pebisnis mulai melirik usaha *tour and travel* haji umrah baik di daerah terpencil ataupun di kota-kota besar, salah satu *travel* umrah dan haji plus adalah PT. Garis Lurus Lintas Semesta yang kini sudah membuka cabang hamper diseluruh Indonesia termasuk di Lampung yang lebih tepatnya di Metro.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *marketing mix* yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik terhadap minat jama'ah/konsumen untuk menggunakan jasa PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus di cabang Metro.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan. Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Analisis data menggunakan teknik *snoball* sampling. Sumber data yang diperoleh melalui sumber data primer dan sekunder, dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, strategi *Marketing Mix* yang di lakukan oleh PT. Garis Lurus Lintas Semesta travel Umrah Dan Haji Plus dalam menarik minat calon jama'ah sudah menerapkan ke-7 elemen-elemen *Marketing Mix* dan yang paling menonjol dari ke-7 elemen-elemen *marketing mix* yaitu harga, tempat dan proses pelayanan.

**Kata Kunci** : *Strategi, Marketing Mix, Haji Umrah*

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanggung jawab di bawah ini :

Nama : Nabela Sukma Melati  
NPM : 1704010027  
Jurusan : Manajemen Haji Dan Umrah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli bahwa penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumber dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 29 Oktober 2021  
Yang menyatakan,

A 10,000 Indonesian Rupiah stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', 'METERAI TEMBEL', and 'BD335AJX388576923'. The signature is written in black ink over the stamp.

**Nabela Sukma Melati**  
NPM. 1704010027

## MOTTO

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ٩٧

*Dan (di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, yaitu bagi orang-orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Barangsiapa mengingkari (kewajiban) haji, maka ketahuilah bahwa Allah Mahakaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam. (QS. Ali-Imron: 97)*



## **PERSEMBAHAN**

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT. Kupersembahkan Skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih sayang tulus kepada:

1. Kedua orang tuaku, Bapak Sugiman dan Ibu Wartini Helawati yang telah mendoakan ku, memberikan kasih sayang, dukungan, serta jerih payahnya untuk keberhasilanku
2. Kepada adikku, Jean Vania Dwi Melati yang telah menyemangatiku untuk segera menyelesaikan kuliah
3. Untuk ibu Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I.M.Ud selaku pembimbing yang selalu membimbing dan memberikan arahan serta motivasi kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik, tidak lupa juga saya sampaikan sholawat serta salam yang kita haturkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW. Dalam penulisan skripsi ini sebagai salah satu dari persyaratan untuk menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen Haji dan Umrah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

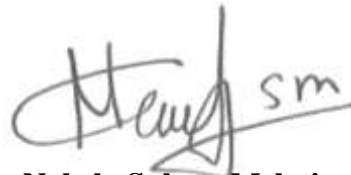
Dalam upaya penyelesaian proposal ini peneliti telah menerima banyak bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA, Selaku Rektorat IAIN Metro
2. Dr. Mat Jalil, M.Hum, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
3. Ibu Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy. , selaku ketua jurusan SI Manajemen Haji dan Umrah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
4. Ibu Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I., M.Ud., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Ibu dosen/karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan, serta sarana dan prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

6. Kepada pimpinan kepala cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus yang telah memberikan waktu serta informasi kepada peneliti.

Keritik dan saan demi perbaikan perposal ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada. Yang pada akhirnya semoga proposal ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Manajemen Haji dan Umrah serta pembacanya.

Metro, 18 Oktober 2021



**Nabela Sukma Melati**  
NPM 1704010027

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
NOTA DINAS .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ORISINALITAS PENELITIAN.....	vii
MOTTO .....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Penelitian Relevan.....	8
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b>	
A. Strategi <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	11
1. Pengertian <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) .....	11
2. Elemen-Elemen Marketing Mix (Bauran Pemasaran) ...	12
B. Minat Konsumen .....	17
1. Pengertian Minat Konsumen .....	17
2. Faktor-Faktor Minat beli konsumen.....	17
C. Biro travel haji dan umrah.....	19
1. Pengertian Biro Travel.....	19
2. Pengertian Biro Travel Haji Dan Umrah .....	21

<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	24
	B. Sumber Data.....	25
	C. Teknik Pengumpulan Data.....	27
	D. Teknik Analisis Data.....	28
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Deskripsi PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus .....	29
	1. Sejarah pendirian PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus .....	29
	2. Visi Misi PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus .....	31
	B. Strategi Marketig Mix (Bauran Pemasaran) Travel Agent Di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus Di Metro .....	32
	C. Analisis Strategi Marketing Mix (Bauran Pemasaran) Travel Agent Dalam Menarik Minat Calon Jamaah Haji Dan Umrah Di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus Di Metro .....	41
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
	A. Kesimpulan.....	48
	B. Saran .....	49

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Website PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus .....	37
Gambar 4.2	Facebook PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus .....	38

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Haji bermakna menyengaja pergi ke baitullah pada waktu-waktu tertentu untuk memulihkan dan mengagungkannya.<sup>1</sup> Haji juga merupakan ibadah wajib yang suci dan mulia haji merupakan rukun islam yang kelima dan wajib sekali dalam seumur hidup merupakan ibadah fisik dan harta. Oleh sebab itu, Allah tidak mewajibkan haji kecuali orang-orang yang mampu melakukannya. Arti dari kata mampu itu sendiri adalah memiliki harta dan kendaraan.<sup>2</sup>

Adapun juga pengertian haji menurut Abdurrahman bin Muhammad al-Harfy dalam kitab *Tahdzibu Ahkami al-Hajj*, dengan mengutip pendapat Ar-Raghib al-Ashfahani dalam kitab *Mu'jam Mufradat Alfazh al-Qur'an*, Abdurrahman bin Muhammad al-Harfy mengatakan bahwa haji secara etimologi berarti bermaksud atau berkeinginan mengunjungi atau ziyarah. Sedangkan secara trimologi, haji adalah bermaksud/menuju Baitullah untuk menunaikan ritual haji.<sup>3</sup>

Perkembangan jumlah jamaah haji di Indonesiadari tahun ketahun selalu mengalami kenaikan.Ini menunjukkan bahwa keinginan masyarakat Indonesia untuk melaksanakan ibadah haji itu sangat tinggi.Namun keinginan

---

<sup>1</sup> Abla Muhammad al-kahlawi, *Haji & Umrah Untuk Wanita*, (Jakarta, Penerbit Zaman,2015), 125

<sup>2</sup> Meno Pajra Tama, *Strategi Pemasaran Travel Hji Dan Umroh Pt. Anugrah Quba Mandiri Palembang Dalam Meningkatkan Daya Tarik Masyarakat*, Program Studi Manajemen Dakwah: 2020, Skripsi, 18

<sup>3</sup> Syaiful Alim, *Menuju Umrah Dan Haji Mabruur*, (Yogyakarta:Laksana,2018), 17

masyarakat yang tinggi, tidak di respon oleh kebijakan pemerintah yang menetapkan kuota terbatas yaitu dengan ketentuan 1/1000 jumlah penduduk pada provinsi atau kabupaten yang bersangkutan. Ini mengakibatkan panjangnya antrian daftar tunggu (*waiting list*) calon jamaah. Daftar tunggu untuk jamaah haji regular pada saat ini kurang lebih 16 tahun lamanya untuk dapat berangkat ke tanah suci.<sup>4</sup>

Daftar tunggu haji regular yang panjang membuat para pelaku bisnis mulai melirik peluang ini. Khususnya bisnis yang bergerak di bidang *tour and travel*. *Tour and travel agent* adalah bisnis ritel yang menjual produk perjalanan dan jasa kepada pelanggan seperti maskapai penerbangan, penyewaan mobil, jalur pelayaran, hotel, kereta api, tour dan paket liburan. Usaha *tour and travel* tergolong industri wisata.<sup>5</sup>

Salah satu produk travel adalah travel haji. Maksudnya adalah travel yang melayani pada satu bidang saja yaitu penyelenggaraan ibadah haji plus, meskipun tidak hanya melayani haji plus saja tetapi ada juga ibadah umrah. Banyaknya jamaah yang ingin dilayani membuat bisnis travel haji dan umrah menjamur di mana-mana baik di kota besar maupun di daerah terpencil sekalipun, hal ini membuat perusahaan tersebut saling berlomba-lomba untuk mendapatkan jamaah tentunya dengan melakukan *marketing* yang semakin di

---

<sup>4</sup> Undang-Undang Nomor 204 Tahun 2019 Tentang Petunjuk Teknis Pembayaran Biaya Penyelenggaraan Umrah Dan Haji Regular Dan Pengisian Kuota Haji Tambahan Tahun 1440H/2019M

<sup>5</sup> Masayu Mira Miranda, *Strategi Bauran Komunikasi pemasaran Travel Agent Di Bandar Lampung*, Program Studi Ilmu Komunikasi: 2019, Skripsi, 18



modifikasi, dimana setiap perusahaan memiliki target tertentu untuk kemajuan usahanya.<sup>6</sup>

Persaingan usaha di bidang haji dan umrah dari tahun ketahun semakin di minati oleh para pengusaha, dengan adanya persaingan antar pengusaha dalam menarik konsumen atau jamaah maka akan timbullah persaingan. Semakin banyak pengusaha yang bersaing dalam suatu bisnis maka semakin sengit pula persaingan yang terjadi. Dalam menghadapi persaingan maka setiap perusahaan harus mempunyai strategi marketing yang tepat agar tidak tertinggal.

Salah satu agent travel yang bergerak dalam penyelenggaraan umrah dan haji plus adalah PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus. Sudah berdiri sejak tahun 2008 dan merupakan badan usaha jasa pariwisata berdasarkan perizinan yang diterbitkan oleh lembaga pemerintah yang berwenang meliputi usaha-usaha *Operator tour dan travel* , domestik dan internasional.<sup>7</sup>

PT. Garis Lurus Travel dengan izin penyelenggaraan ibadah umrah: SK Menteri Agama RI No. 815 Tahun 2019 dan izin penyelenggaraan Ibadah Haji Khusus: SK 915 Tahun 2020.<sup>8</sup>Kantor pusat beralamatkan di Jl. Ciremai Raya No.BC 227, Kayuringin Jaya, Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa barat.<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup>Ibid, 19

<sup>7</sup>Wawancara Dengan Bapak Amirudin Azmi , Tanggal 25 Maret 2021 Di Kantor Cabang Pt. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus

<sup>8</sup> Wawancara Dengan Bapak Amirudin Azmi, Tanggal 25 Maret 2021 Di Kantor Cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus

<sup>9</sup> Wawancara Dengan Bapak Amirudin Azmi, Tanggal 25 Maret 2021 Di Kantor Cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus

Sedangkan tempat penelitian yang akan peneliti teliti yaitu kantor cabang Metro yang berlokasi di Ruko Eldorado Semarang Cell Jl. Sukarno Hatta 16c Mulyojati, Metro Barat, Kota Metro. Kantor cabang Metro sudah berdiri sejak tahun 2019 dan Sudah memberangkatkan satu kloter jamaah umrah berjumlah 30 jamaah, dengan sistem pemberangkatan dari masing-masing jamaah kantor cabang dikumpulkan menjadi satu dan diberangkatkan melalui kantor pusat.<sup>10</sup>

Untuk menarik minat masyarakat PT.Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus menggandeng yayasan Pondok Pesantren Asunnah Metro Lampung atau berkerja sama dengan ormas islam dan PT.Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umroh dan Haji Plus menjamin keamanan, keselamatan dan kenyamanan para jamaah karena PT. Garis Lurus Lintas Semesta travel Umroh dan Haji Plus sudah tercatat di Kementerian Agama dan jadwal keberangkatan pasti karena sudah terdaftar secara resmi menjadi *wholesaler* dari dua maskapai besar yaitu Saudi Arabia Airlines dan Garuda Indonesia, untuk visa dan hotel.<sup>11</sup>

PT. Garis Lurus Lintas Semesta travel Umrah dan Haji Plus telah berkerjasama dengan *ground handling agent* baik di bandara Indonesia dan Arab Saudi untuk melayani jamaah dengan lebih baik. PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus memberikan pilihan paket umrah untuk masyarakat yaitu, 1.umrah gold sesuai sunnah dengan penerbangan maskapai

---

<sup>10</sup> Wawancara Dengan Bapak Amirudin Azmi, Tanggal 25 Maret 2021, Di Kantor Cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus

<sup>11</sup>Wawancara dengan bapak Amirudin Azmi, tanggal 25 maret 2021, di Kantor cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus

garuda Indonesia airways dan akomodasi hotel bintang 5 dengan harga Rp. 37.000.000,00 , 2. Umrah leguler sesuai sunnah dengan maskapai citilink dan akomodasi hotel bintang 4 sekamar berdua dengan harga Rp. 30.000.000,00 , dan 3. Umrah hemat dengan maskapai penerbangan citilink dan akomodasi hotel bintang 3 dengan harga Rp. 23.000.000,00.<sup>12</sup>

Jadi, PT Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus lebih menekankan pada pelayanan, kenyamanan, dan terbuka kepada para jamaah. Jikaa tidak adanya strategi marketing di era persaingan yang semakin ketat antar jasa penyelenggaraan umrah dan haji plus maka agent travel akan tertinggal dan tidak dikenal masyarakat umum.

Daftar travel umrah dan haji plus yang mendapatkan izin resmi dari kemenag di kota Metro lumayan banyak, semua agent travel tersebut saling bersaing ketat dalam menarik minat dan meningkatkan jumlah jamaahnya, baik pemiliknya seorang kiayi atau pengusaha yang memanfaatkan figure seorang kiayi atau orang ternama sebagai strategi marketingnya dalam upaya mengambil hati para calon jamaah.

Alasan peneliti memilih penelitian di PT. Garis Lurus Lintas semesta travel umrah dan haji plus. Karena travel tersebut masih terbilangbaru dan sudah memiliki izin resmi dari kementrian agama dan lokasinya yang strategis, sehingga membuat para jamaah tertarik untuk menunaikan ibadah umrah atau haji plus di sana. Selain itu PT. Garis lurus lintas semesta sudah

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan bapak Amirudin Azmi, tanggal 25 maret 2021, di kantor cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus

terdaftar secara resmi menjadi *wholesaler* dari dua maskapai besar yaitu Saudi Arabia Airlines dan Garuda Indonesia, untuk visa dan hotel.<sup>13</sup>

Dalam rangka merebut serta menguasai dan mempertahankan pasar sasarannya PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umroh Dan Haji Plus harus melakukan kegiatan-kegiatan promosi yang dilaksanakan secara objektif untuk menjaring jamaah haji dan umrah seperti yang diharapkan. PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umroh Dan Haji Plus cabang metro ini merupakan *agent travel* umrah dan Haji plus yang terbilang masih baru.

Berdasarkan latar belakang di ataspeneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Strategi *Marketing Mix* Travel Agent Dalam Menarik Minat Calon Jamaah Haji Dan Umroh di Metro (Studi di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umroh dan Haji Plus).**”

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitian yang di angkat dalam penelitian ini adalah bagaimana Strategi *Marketing Mix* Travel Agent Dalam Menarik Minat Calon Jamaah di Metro (Studi Kasus di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umroh dan Haji Plus) ?

## **C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi *Marketing Mix*

---

<sup>13</sup>Wawancara dengan bapak Amirudin Azmi, tanggal 25 maret 2021, di Kantor cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus

Travel Agent Dalam Menarik Minat Calon Jamaah di Metro (Studi Kasus di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus).

## 2. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang dilakukan inidiharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan penelitian, yaitu:

### a. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat:

- 1) Menambah wawasan kepada pembaca maupun peneliti dalam suatu bidang ilmu yang diteliti, serta dapat meningkatkan kemampuan untuk menulis dan menyusun karya ilmiah melalui pola pemikiran yang kritis dan juga sistematis dalam pemahaman terhadap permasalahan yang ada disekitar.
- 2) Mengetahui serta memahami bagaimana Strategi *Marketing Mix* Travel Agent Dalam Menarik Minat Calon Jamaah di Metro (Studi Kasus di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umroh dan Haji Plus).

### b. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan referensi bagi peneliti lain:

- 1) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi dan juga sumbangsih bagi masyarakat.
- 2) Sebagai ilmu pengetahuan dan dapat pula dijadikan sebagai tambahan referensi yang dipergunakan untuk bahan keilmuan yang bertujuan sebagai pemenuhan persyaratan akademis dalam penyelesaian studi untuk gelar sarjana.

#### D. Penelitian Relevan

Tinjauan pustaka disini merupakan suatu pembandingan atas suatu penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan. Tujuan dari adanya pembandingan ini adalah untuk melihat persamaan serta perbedaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian lainnya. Berikut ini merupakan rincian perbandingan antara penelitian penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu:

1. Eka Nur Jannah dalam skripsi yang berjudul *Strategi Pemasaran Pada Biro Perjalanan PT. Fela Tour Travel Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Antara Jasa Penyelenggaraan Umroh Dan Haji Plus Di Kota Demak tahun 2018*. Fokus Penelitian ini yaitu tentang strategi pemasaran yang di gunakan oleh PT. Fala Tour Travel dalam menghadapi persaingan bisnis antar biro travel yang ada di Demak. Persamaan penelitian meneliti tentang perusahaan biro perjalan travel umroh dan haji plus. perbedaan mendasarnya yaitu tempat penelitian juga fokus penelitian yang ingin di gali berbeda di penelitian ini lebih difokuskan ke arah Strategi Pemasarannya dan penelitian yang akan penulis lakukan lebih berfokus ke *Strategi Marketing Mix*.<sup>14</sup>
2. Fauzan dalam skripsi yang berjudul *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Di Travel Umroh AN-NUR Karah Agung tahun 2019*. Fokus Penelitian ini yaitu bagaimana Biro Travel An-Nur Karah Agung dalam menarik minat jamaah untuk

---

<sup>14</sup> Eka Nur Jannah, *Strategi Pemasaran Pada Biro Perjalanan PT. Fela Tour Travel Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Antar Jasa Penyelenggaraan Umroh Dan Haji Plus Di Kota Demak*, Program Studi Dakwah Dan Komunikasi: 2018, Skripsi, 1-9

menggunakan jasa mereka dan lebih *spesifik* ke produk umrahnya di bandingkan ibadah haji plusnya. Persamaan penelitian ini adalah berfokus meneliti biro travel umroh dan haji plus. Perbedaan mendasar yaitu tempat penelitiannya dan pembahasan penelitian di skripsi ini peneliti lebih berfokus ke peroduk umrah dengan menggunakan Strategi Pemasaran sedangkan penulis akan membahas *Strategi Marketing Mix Untuk Menambah Minat Jaamah*.<sup>15</sup>

3. Masayu Mira Yolanda dalam skripsi yang berjudul *Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran Travel Agent Di Bandar Lampung* tahun 2019. Fokus Penelitian ini yaitu persaingan antaraBiro Travel Umroh Dan Haji Plusdengan bisnis online Travel Agent besar yang didanai oleh pemodal besar melibatkan pihak asing seperti Traveloka, pegi-peg, airy menjadi ancaman tersendiri bagi para pebisnis Biro Travel Agent. Persamaan dalam penelitian ini berfokus pada teori bauran pemasaran atau strategi *Marketing Mix* dan meneliti Biro Travel. Perbedaan mendasar, dalam skripsi ini lebih berfokus pada bauran komunikasi pemasaran travel agent dan tempat penelitian sedangkan penelitian peneliti lebih berfokus pada *Strategi Marketing Mix Travel Agent* dalam menarik minat jamaah dan fokus dari penelitian penulis lebih *spesifik* ke Biro Travel Haji Dan Umroh.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Fauzan, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Di Travel Umroh An-Nur Karah Agung*, Pascasarjana: 2019, Tesis, 1-9

<sup>16</sup> Masayu Mira Yolanda, *Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran Travel Agent Di Bandar Lampung*, Program Studi Ilmu Sosial Dan Politik: 2019, 1-9

4. Zaimul muna dalam skripsi yang berjudul *Strategi Manajemen Pemasaran Di Biro Haji Dan Umroh PT. Arwaniyyah Tour Dan Travel Kudus* tahun 2018. Penelitian ini berfokus pada Strategi Manajemen Pemasaran untuk mengetahui bagaimana pengelolaan untuk melayani para jamaah. Persamaan terdapat pada objek yang diteliti yaitu Biro Travel. Perbedaan mendasar penelitian ini adalah tempat penelitian dan fokus pembahasannya.<sup>17</sup>
5. Arief Dwi Susanto dalam skripsi yang berjudul *Strategi Bauran Pemasaran Produk Umroh Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada PT. Peramudaa Travel Ciputat* tahun 2017. Penelitian ini berfokus pada cara memasarkan produk umroh agar konsumen minat dengan produk itu. Persamaan penelitian ini yaitu objek penelitian yaitu Biro Travel dan menggunakan *Strategi Marketik Mix* untuk menganalisisnya. Perbedaan yang mendasar dalam penelitian ini yaitu tempat penelitiannya dan fokus pembahasannya.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Zaimul Muna, *Strategi Manajemen Pemasaran Di Biro Haji Dan Umroh PT. Arwaniyyah Tour Dan Travel Kudus*, Program Studi Dakwah Dan Komunikasi:2018,1-9

<sup>18</sup> Arif Dwi Susanto, *Strategi Bauran Pemasaran Produk Umroh Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada Pt. Peramudaa Travel Ciputat*, Program Studi Manajemen Dakwah:2017,1-9



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Strategi Marketing Mix (Bauran Pemasaran)

##### 1. Pengertian *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran)

Menurut beberapa ahli dalam karya mereka masing-masing strategi memiliki definisi yang bermacam-macam, menurut *Stephanie K. Marrus*, seperti yang dikutip Sukristono, strategi diartikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai. Menurut Hamel dan Prahalad mereka berdua mendefinisikan strategi sebagai tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tertentu apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Jadi strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan atau rencana perusahaan untuk mencapai setiap bisnis maka harus merancang strategi agar tercapai tujuannya.<sup>1</sup>

*Marketing mix* adalah sekumpulan variabel-variabel marketing yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar target penjualan yang diinginkan menurut *Kotler dan Armstrong*. Jadi dapat kita tarik kesimpulan dari pendapat *Kotler dan Armstrong* bahwa *marketing mix* adalah strategi pemasaran yang dilakukan secara bersamaan. Strategi

---

<sup>1</sup> Husein Umar, *Strategic Management In Action*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001),

tersebut di gunakan dengan menerapkan elemen strategi yang ada dalam *marketing mix* itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi marketing mix atau yang sering kali kita sebut sebagai variabel-variabel marketing mix yaitu ada produk, harga, tempat dan promosi yang sering kita sebut sebagai 4p yang biasanya 4p ini digunakan untuk industri produk dan model yang akan peneliti pakai yaitu model 7p adalah model pemasaran yang yang memodifikasi model 4p. 7p umumnya digunakan untuk industry jasa.

## 2. Elemen- Elemen *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran)

### a. *Produc* (produk)

Produk atau *Produc* adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dimiliki, digunakan atau di konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya. Secara teori, produk adalah segala bentuk yang ditawarkan ke pasar untuk digunakan atau dikonsumsi sehingga bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Keinginan pasar tersebut berupa fisik, jasa, orang, organisasi dan ide.<sup>2</sup>

Strategi produk sangat penting di dalam strategi *marketing mix* karena produk adalah unsur yang paling penting dalam

---

<sup>2</sup> . Ibid, 141

strategi pemasaran, maka dari itu sangat penting jika perusahaan ingin mencapai tujuannya.

b. *Price* (Harga)

Harga adalah jumlah yang harus di bayar pelanggan untuk menikmatinya. Harga merupakan komponen yang sangat penting dalam definisi *marketing mix*. Ini juga merupakan komponen yang sangat penting dari rencana pemasaran karena ini menentukan keuntungan dan kelangsungan hidup perusahaan. Menyesuaikan harga produk memiliki dampak besar pada keseluruhan strategi pemasaran serta sangat mempengaruhi penjualan dan permintaan produk

Harga adalah unsur dari *marketing mix* yang memberikan pemasukan bagi perusahaan dan harga juga bersifat fleksibel yang artinya dapat berubah-ubah dengan cepat sesuai dengan keadaan.<sup>3</sup>

c. *Place*(tempat)

Penempatan atau distribusi merupakan bagian yang sangat penting perusahaan harus memposisikan dan mendistribusikan produk di tempat yang mudah di akses oleh

---

<sup>3</sup> Tengku firli musfar, *manajemen pemasaran bauran pemasaran sebagai pokok manajemen pemasaran*, (bandung: cv. Media sains Indonesia,2020) 13

pembeli potensial. Hal tersebut dating dengan pemahaman yang mendalam tentang target pasar perusahaan.<sup>4</sup>

Tempat adalah sebuah awal dimana memulai usaha karena usaha itu akan dikatakan berhasil atau tidak karena strategi penempatan, dan menjual barang atau jasa dimana akan berpengaruh pada pembelian konsumen terhadap apa yang di pasarkan oleh perusahaan.

d. *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan komponen pemasaran yang sangat penting karena dapat mengingatkan brand dan penjualan.

Promosi terdiri dari berbagai elemen seperti:

- a. Periklanan
- b. Promosi penjualan
- c. Hubungan masyarakat
- d. Publisitas
- e. *Event sponsorshing*
- f. Penjualan langsung

Promosi Bisa juga disebut sebagai Sebuah kegiatan untuk menginformasikan produk dan membujuk konsumen untuk membeli serta mengingatkan konsumen agar tidak

---

<sup>4</sup> Ibid, 15

melupakan produk. Sementara bagi konsumen promosi sebagai komunikasi antara produsen dan konsumen.<sup>5</sup>

e. *People* (orang)

Orang atau *people* yang dimaksud sebagai bagian bauran pemasaran adalah dari orang yang berhubungan langsung dengan bisnis. Penelitian menyeluruh penting untuk mengetahui apakah ada cukup banyak orang di pasar sasaran yang diamati untuk jenis produk dan layanan tertentu. Karyawan perusahaan penting dalam pemasaran karena merekalah yang memberikan layanan ini. Penting untuk memperkerjakan dan melatih orang yang tepat untuk memberikan layanan yang terbaik kepada konsumen.<sup>6</sup>

f. *Process* (proses)

Proses adalah urutan pelaksanaan atau kejadian yang saling terkait kemudian bersama-sama mengubah masukan menjadi keluaran. Pada perusahaan produsen, pelaksanaan ini dapat dilaksanakan oleh manusia atau mesin dengan menggunakan berbagai sumber daya yang ada. Proses mutu layanan jasa sangat bergantung pada proses penyampaian jasa kepada konsumen. Karena pergerakan perusahaan jasa adalah

---

<sup>5</sup> Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitable*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), 36

<sup>6</sup> Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Pokok Manajemen Pemasaran*, 20

karyawan itu sendiri maka untuk menjamin mutu layanan (*quality assurance*) seluruh operasional perusahaan harus di jalankan sesuai dengan sistem dan prosedur yang terstandarisasi oleh karyawan yang berkompotensi, berkomitmen, dan loyal terhadap perusahaan tempatnya berkerja.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dari proses adalah kesabaran, konsisten, dan komitmen dalam mengelola atau mengembangkan bisnis. Dan ada satu elemen yang penting dalam pengembangan bisnis adalah pembuatan SOP yang jelas bagi sistem kerja di perusahaan.<sup>7</sup>

g. *Physical evidence* (bukti fisik)

Bukti fisik adalah bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditunjukkan kepada konsumen sebagai usuln nilai tambah konsumen,bukti fisik merupakan wujud nyata yang di tawarkan kepada pelanggan.

Karakteristikyang menjadi persyaratan yang bernilai tambah bagi konsumen dalam perusahaan jasa yang memiliki karakter.Perhatian terhadap interior, perlengkapan bangunan, termasuk *lightning system*, dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting dan dapat mempengaruhi *mood* pengunjung.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Muhammad yusuf saleh, MIah said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*,146

<sup>8</sup> Ibid, 147

## **B. Minat Konsumen**

### **1. Pengertian Minat Konsumen**

Minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk, menurut Kotler dan Keller.<sup>9</sup>

Dalam menumbuhkan minat atau menarik minat beli konsumen, perusahaan harus memahami terlebih dahulu perilaku konsumen dalam pembelian. Karena apa yang akan dilakukan konsumen setelah menerima pengaruh dari pemasaran atau penjual yaitu bagaimana mereka sampai pada keputusan membeli atau menolak produk yang ditawarkan.<sup>10</sup>

### **2. Faktor Minat Beli Konsumen**

Perilaku konsumen merupakan aktivitas yang berkaitan dengan proses pengambilan keputusan, baik sebelum dan sesudah memperoleh dan menggunakan barang-barang atau jasa. Perilaku konsumen dalam menentukan pembelian dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.

Menurut Kotler dan Armstrong ada 4 (empat) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

---

<sup>9</sup> Hendra Saputra, "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Konsumen (Studi Pada PT. Samudranesia Tour And Travel Pekanbaru)," Jurnal Administrasi Bisnis 4, No.1(2017): 7

<sup>10</sup>Ibid, 7

a. Faktor kebudayaan

Faktor kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor kebudayaan memberikan pengaruh paling luas dan dalam tingkah laku konsumen.

b. Faktor kelas sosial

Faktor kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relative homogeny dan permanen yang tersusun secara hierarkis dimana anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

c. Faktor Pribadi

Faktor Pribadi yang didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan.

d. Faktor Psikologis

Faktor Psikologis yang terdiri dari motifasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap.



Herman Maulana pun mengatakan hal yang sama bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor personal, dan faktor psikologis.<sup>11</sup>

## C. Biro Travel Umrah dan Haji

### 1. Pengerian Biro Travel

Dennis L. Foster, berpendapat bisnis penyedia jasa perjalanan pertama kali diperkenalkan oleh Thomas Cook, seseorang berbangsa Inggris, dengan membuka biro perjalanan pada tahun 1845. Dalam kegiatan bisnisnya, Thomas Cook membujuk sejumlah perusahaan kereta api dan perusahaan kapal uap untuk membayar sejumlah komisi karena Thomas Cook telah menjual tiket perjalanan dari perusahaan kereta api dan perusahaan kapal uap tersebut.<sup>12</sup>

Bisnis perjalanan di Indonesia menurut Oka A. Yoeti dimulai sejak tahun 1910 setelah dikeluarkannya keputusan Gubernur Jendral Hindia Belanda tentang pembatasan *Vereeniging Theoristen Verkeer* (VTV), yaitu *official tourist bureau* di Hindia Belanda.<sup>13</sup>

Perusahaan agent perjalanan wisata pada prinsipnya berkedudukan sama dengan badan usaha lain dari segi yuridis formal. Hal ini dapat dilihat dalam keputusan menteri pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi Republik Indonesia Nomor KM.10/PW.102/

---

<sup>11</sup> Eka Handayani dkk, *Manajemen Pemasaran (Dasar Dan Konsep)*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021) 87

<sup>12</sup> Hasnati dkk, *Perlindungan Hukum Bagi Perusahaan Agent Perjalanan Wisata*, (Nagari Kota Baru :Penerbit Insan Cendikia Mandiri, 2021) 33

<sup>13</sup> Hasnati dkk, *perlindungan hokum bagi perusahaan agent perjalanan wisata*, 33

MPPT93 Tahun 1993 tentang ketentuan usaha biro perjalanan wisata dan agent perjalanan wisata. Berdasarkan pasal 3 keputusan menteri pariwisata, pos, dan Telekomunikasi Republik Indonesia Nomor KM. 10/ PW.102/MPPT93 Tahun 1993 tentang ketentuan usaha biro perjalanan wisata dapat berupa perseroan terbatas (PT), koperasi, firma, atau Comanditer Venootshap (CV).<sup>14</sup>

Menurut Desky, definisi agen perjalanan wisata merupakan bada usaha yang menyelenggarakan usaha perjalanan yang bertindak sebagai perantara dalam menjual atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan yang bertindak sebagai perantara dalam menjual atau mengurus jasa untuk melakukan perjalan. Oleh karena itu, perusahaan agent perjalanan dapat dikatakan merupakan perusahaan yang memberikan pelayanan public dengan menyediakan jasa pariwisata seperti :

- a. Merencanakan dan mengatur suatu perjalanan, termasuk akomondasi, dan kebutuhan lainnya yang berhubungan dengan wisata
- b. Memberikan informasi mengenai daerah-daerah wisata kepada masyarakat
- c. Menjual paket perjalanan wisata
- d. Menjual tiket transportasi, baik transportasi darat, laut, dan udara, kepada masyarakat.

---

<sup>14</sup> Hasnati dkk, *perlindungan hokum bagi perusahaan agent perjalanan wisata*, 34

e. Mengurus paspor dan visa konsumen

Jadi, agent perjalanan merupakan terjemahan dari suatu istilah dalam bahasa Inggris yaitu travel agency, yang artinya suatu perusahaan keagenan yang kegiatannya adalah bisnis perjalanan.<sup>15</sup>

## 2. Pengertian biro haji dan umrah

Badan usaha yang digunakan dalam bisnis biro perjalanan umrah dan haji atau *travel* umrah dan haji plus biasanya berbentuk PT (Perseroan Terbatas). PT merupakan suatu persekutuan untuk menjalankan usaha yang memiliki modal terdiri atas saham-saham, yang pemiliknya memiliki bagian sebanyak saham yang dimilikinya. Oleh karena modalnya terdiri atas saham-saham yang dapat diperjual belikan, perubahan kepemilikan perusahaan dapat dilakukan tanpa perlu membubarkan perusahaan.<sup>16</sup>

Ada beberapa persyaratan penting yang harus dipenuhi bagi seseorang yang ingin mendirikan PT. Persyaratan tersebut diatur dalam Undang-Undang NO. 40 Tahun 2007, antara lain:

- a. Perseroan didirikan oleh 2 (dua) orang atau lebih dengan akta notaries yang dibuat dalam bahasa Indonesia
- b. Setiap pendiri perseroan wajib mengambil bagian saham pada saat perseroan didirikan

---

<sup>15</sup> Hasnati dkk, *perlindungan hukum bagi perusahaan agent perjalanan wisata*, 34

<sup>16</sup> Iwan Giwantara, *Cara Mudah Berbisnis Travel Umrah Dan Haji Khusus*, (Jakarta: PT Flex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2018), 102

- c. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku dalam rangka peleburan
- d. Perseroan memperoleh status badan hukum pada tanggal diterbitkannya keputusan menteri mengenai pengesahan badan hukum perseroan.
- e. Setelah perseroan memperoleh status badan hukum dan pemegang saham menjadi kurang dari 2 (dua) orang, dalam jangka waktu paling lama 6 (enam) bulan terhitung sejak keadaan tersebut pemegang saham yang bersangkutan wajib mengalihkan sebagian sahamnya kepada orang lain atau perseroan mengeluarkan saham baru kepada orang lain.<sup>17</sup>

Badan usaha sendiri merupakan badan atau lembaga yang menjalankan usaha, yang memiliki legalitas hukum menurut tata hukum Indonesia. Sehingga dengan memiliki legalitas usaha, maka badan usaha boleh melakukan aktivitas bisnis di Indonesia, dan aktivitas bisnis yang dijalankan dianggap legal.<sup>18</sup>

Jadi, badan usaha yang menaungi kegiatan bisnis travel umrah dan haji plus adalah perseroan Terbatas (PT). Maka perusahaan travel harus memenuhi persyaratan yang harus dipenuhi dalam pembentukan badan usaha. Dengan memenuhi seluruh persyaratan yang telah

---

<sup>17</sup> Iwan Giwantara, *Cara Mudah Berbisnis Travel Umrah Dan Haji Khusus*, 103

<sup>18</sup> Iwan Giwantara, *Cara Mudah Berbisnis Travel Umrah Dan Haji Khusus*, 101

ditetapkan, maka perusahaan travel akan dengan mudah menjalani proses pembentukan badan hukum, dan.<sup>19</sup>

Biro perjalanan haji dan umrah adalah suatu badan usaha penyedia layanan yang memberikan pelayanan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan dunia perjalanan ibadah haji dan umrah, dan saat ini segala sesuatu yang berkaitan tentang haji dan umrah sudah di atur kedalam undang-undang haji dan umrah yang kini undang-undang terbarunya yaitu undang-undang nomor 8 tahun 2019 tentang penyelenggaraan haji dan umrah. Baik tentang haji regular, haji khusus dan umrah.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Iwan Giwantara, *Cara Mudah Berbinis Travel Umrah Dan Haji Khusus*, 103

<sup>20</sup> Undang-undang nomor 8 tahun 2019 tentang penyelenggaraan haji dan umrah

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat penelitian**

##### **1. Jenis penelitian**

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang merupakan salah satu jenis penelitian kualitatif di mana peneliti mengamati dan berpartisipasi secara langsung di lokasi tempat data berada. Dilakukan untuk penyusunan laporan ilmiah.<sup>1</sup> Adapun penelitian yang dilakukan berlokasi di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus Cabang Metro.

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari secara mendalam atau intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, kegiatan lingkungan di suatu tempat sosial, orang atau individu dan lembaga.

##### **2. Sifat penelitian**

Sifat penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskriptifkan suatu gejala, peristiwa, kejadian saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung.<sup>2</sup> Sedangkan penelitian kualitatif adalah

---

<sup>1</sup> Sugianti, Eggy Fajar Andalas, Arif Setiawan, *Desain Penelitian Kualitatif Sastra Cetakan Ke -1*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020), 39

<sup>2</sup> Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian Cetak Ke-1*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2011), 34

prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>3</sup>

Penelitian deskriptif kualitatif adalah sifat penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan tentang suatu keadaan yang penjelasannya tertuang ke dalam bentuk kalimat bukan dalam angka. Artinya, penelitian ini hanya berupa gambaran dari strategi *marketing mix* travel agent dalam menarik minat jamaah di Metro (studi kasus PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus)

## B. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa sumber data yaitu diantaranya sumber data primer dan sekunder:

### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama).<sup>4</sup> Sumber data primer dalam penelitian ini adalah bapak Amirudin Azmi selaku kepala cabang Metro PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus dan calon jamaah, dalam penentuan sample calon jamaah peneliti menggunakan teknik *snowballsampling*.

*Snowball* sampling adalah metode sampling di mana sampel diperoleh melalui proses bergulir dari satu responden ke responden

---

<sup>3</sup> Mamik, *Metodelogi Kualitatif Cetak Ke-1*,(Sidoarjo: Zifatama Publisher,2015), 4

<sup>4</sup>Niken Septantiningtyas, Magfixi Dhofir, Wardah Magfiroh Husain, *Ptk (Penelitian Tindak Kelas)*,(Jawa Tengah:Lakeisha, 2020), 62

lainya yang artinya adalah peneliti mewawancarai sebanyak-banyaknya calon jamaah dan ketika semua jawaban jamaah sama atau sudah mencapai titik jenuh maka pengambilan sampelnya sudah bisa di akhiri. Pada pelaksanaannya *snowball* sampling adalah suatu teknik multi tahapan, di dasarkan pada analogi bola salju, yang di mulai dengan bola salju yang kecil kemudia membesar sacara bertahap karena ada penambahan salju ketika digulingkan kedalam hamparan salju. Ini dimulai dari beberapa orang atau kasus, kemudia meluas berdasarkan hubungan-hubungan terhadap responden.<sup>5</sup>

## 2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang di peroleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Misalnya catatan atau dokumentasi dari perusahaan sumber dari bahan bacaan termasuk dalam sumber data sekunder.<sup>6</sup> Maka dalam penelitian ini sumber data sekunder yang digunakan peneliti dalam menyusun proposal ini adalah buku-buku yang terkait tentang *Marketing Mix* seperti *Pemasaran (Konsep Dan Strategi Pemasaran)* Oleh Muhammad Yusuf Saleh Dan Miah Said, buku *Minat Konsumen (Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan)* Oleh Happy Susanto, Buku *Pemasaran (Dasar Dan Konsep)* Oleh Anang Firmasyah, buku *Memenangkan pasar* oleh Bilson Simamore Dan Buku *Strategi Management* Oleh Husein Umar.

---

<sup>5</sup> Nina nurdiani, “teknik sampling snowball dalam penelitian lapangan” architecture department, faculty of engineering. Vol 5 No. 2., 2014. 1114

<sup>6</sup> Niken Septantiningtyas, Magfixi Dhofir, Wardah Magfiroh Husain, *Ptk (Penelitian Tindak Kelas)*, 62



### C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian yang peneliti lakukan ada beberapa teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan yaitu diantaranya:

#### 1. Wawancara

Dalam penelitian yang peneliti lakukan teknik pengumpulan data penelitian yang peneliti lakukan yaitu wawancara. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur adalah *Interviewer* telah mempersiapkan daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada *interviewee* tetapi urutan pengajuan pertanyaan-pertanyaan tersebut bersifat *fleksibel* karena bergantung pada arah pembicaraan.<sup>7</sup> Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai pimpinan cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus yaitu bapak Amir dan calon jamaah.

#### 2. Dokumentasi

Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi, sebagian besar data yang tersedia yaitu berbentuk surat, catatan harian, cendra mata, laporan dan foto.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi sumber dokumentasi ialah dokumen-dokumen yang berisi gambaran PT. Garis Lurus Linta Semesta Travel

---

<sup>7</sup>Fadhallah, *Wawancara*, (Jakarta Timur: Ikatan Penerbit Indonesia (Ikapi), 2020), 7-8

<sup>8</sup> Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta, Kencana Media Perdana Group, 2011), 140

Umrah Dan Haji Plus, brosur dan susunan organisasi dn lain sebagainya.

#### **D. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang di peroleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusu edalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>9</sup>

Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif yang bersifat induktif, yang dimaksud induktif dalam penelitian ini adalah, peneliti akan menyampaikan serta menggambarkan suatu fakta yang kongkrit mengenai Strategi *Marketing Mix* Travel Agent Dalam Menarik Minat Calon Jamaah Haji Dan Umrah Di Metro (Studi Kasus Di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus).

---

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif ,Kualitatif,Dan R &D*,(Bandung: Alfabeta Cv,2016), 244

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus**

##### **1. Sejarah Pendirian PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus**

PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus sudah berdiri sejak tahun 2008 merupakan badan usaha jasa pariwisata berdasarkan perizinan yang diterbitkan oleh lembaga pemerintah yang berwenang meliputi usaha-usaha operator tour dan travel, domestic dan internasional.<sup>1</sup>

Sejak tahun 2011 PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus memfokuskan pada pelayanan perjalanan ibadah umrah dengan berbekal pengalaman SDM di sector penerbangan: Reservis, ticketing, Ground Handling, Custemer servis dan marketing serta didukung oleh kekuatan kim yang solid sebagai penyelenggara MICE/ Event Organizer adalah modal utama melayani para tamu Allah menuju Baitullah.<sup>2</sup>

PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus mendapatkan izin penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah yaitu tahun

---

<sup>1</sup>Wawancara Dengan Bapak Amirudin Azmi, Tanggal 30 September 2021 Di Kantor Cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus

<sup>2</sup>Wawancara Dengan Bapak Amirudin Azmi, Tanggal 30 September 2021 Di Kantor Cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus

2019 dengan SK Mentri Agama RI No. 815 Tahun 2019 dan mendapatkan izin penyelenggaraan haji khusus yaitu tahun 2020 dengan SK 915 Tahun 2020.<sup>3</sup>

Bulan Desember 2020 PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus telah resmi terdaftar di KEMENAG sebagai provider visa bekerja sama dengan muasasah *WFOOD AL BAYT* yang berkantorkan di mekah.<sup>4</sup>

Saat ini PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus memiliki beberapa cabang yang tersebar hamper diseluruh Indonesia seperti di Banten, Jawa Barat, Jawa tengah, Jawa Timur dan Sulawesi dan yang terakhir yaitu di lampung yang menjadi tempet penelitian peneliti saat ini.<sup>5</sup>

PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dn Haji Plus Cabanga Metro yang merupakan tempat peneliti teliti hanya memiliki satu pengurus yaitu yang menangani semua hal yang ada di sana .<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup>Wawancara Dengan Bapak Amirudin Azmi, Tanggal 30 September 2021 Di Kantor Cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus

<sup>4</sup>Wawancara Dengan Bapak Amirudin Azmi, Tanggal 30 September 2021 Di Kantor Cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus

<sup>5</sup>Wawancara Dengan Bapak Amirudin Azmi, Tanggal 30 September 2021 Di Kantor Cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus

<sup>6</sup>Wawancara Dengan Bapak Amirudin Azmi, Tanggal 30 September 2021 Di Kantor Cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus

## 2. Visi Misi PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus

PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus memberikan kepuasan beribadah kepada para jamaah, dan konsisten memberikan bimbingan ibadah sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Shalallahu'alaihi wasalam.<sup>7</sup>

Membantu mewujudkan impian para jamaah, PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus berusaha:

- a. Amanah dan professional untuk menghantarkan ibadah para jamaah
- b. Memelihara kesempurnaan ibadah para jamaah sesuai tuntutan Rasulullah'alaihiwasalam
- c. Memberikan pelayanan optimal untuk mendukung ibadah yang khusyu' dan nyaman
- d. Menyediakan fasilitas yang memuaskan di kelasnya
- e. Memelihara silaturahmi untuk mengikat persaudaraan.

Niat yang tulus serta usaha yang optimal, PT. GarisLurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus bertekad memelihara komitmen di atas, mewujudkan kehendak para jamaah untuk menggapai kenikmatan dan kesempurnaan ibadah serta kenyamanan dalam pelayanan.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>Wawancara Dengan Bapak Amirudin Azmi, Tanggal 30 September 2021 Di Kantor Cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus

<sup>8</sup>Wawancara Dengan Bapak Amirudin Azmi, Tanggal 30 September 2021 Di Kantor Cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus

## **B. Strategi Marketing Mix (Bauran Pemasaran) Travel Agent Di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus Di Metro**

Dalam menjalankan aktivitasnya sebagai perusahaan jasa PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus harus mampu bersaing dengan travel-travel lain yang mempunyai produk yang sama agar dapat diterima oleh masyarakat, dan dapat menarik minat konsumennya. Maka dari itu PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus harus memiliki strategi yang baik dan benar agar dapat bersaing dengan yang lain, menurut bapak Amirudin Azmi selaku kepala cabang Metro, beliau mengatakan bahwa:

*“Dalam strategi pemasaran kami menggunakan media sosial seperti fecebook dan memiliki website, kami juga menggandeng ustadz yang memiliki jamaah. Dan berkerja sama dengan pondok pesantren seperti Asunnah Lampung.”<sup>9</sup>*

Strategi *marketing mix* PT. Garis Lurus lintas Semesta travel umrah dan haji plus cabang metro diimplementasikan dari 7 hal yang dikenal dengan 7p yaitu: *Produc* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (Proses), *Physical Evidence* (Bukti Fisik). Berikut ini Elemen-Element *Marketing Mix*:

### 1. *Produc* (Produk)

Produk yang ditawarkan oleh PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus cabang Metro yaitu berupa pelayanan, seperti pelayanan pemberangkatan Umrah dan haji plus. Dalam

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan bapak Amirudin Azmi, tanggal 30 september 2021 di kantor cabang . Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus.

penjualan produknya PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus cabang Metro menjual dengan berbagai macam jenis sesuai dengan kebutuhan para jamaah. Produk umrah yang di tawarkan oleh PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus cabang Metro yaitu:

a. Umrah Gold sesuai sunnah

Paket umrah yang menawarkan paketan umrah dengan fasilitas hotel bintang lima dengan penerbangan maskapai Garuda Indonesia Airways.

b. Umrah Reguler sesuai sunnah

Paket umrah dengan harga terjangkau, penerbangan menggunakan maskapai Citilink dengan akomodasi hotel bintang empat dalam sekamar di tempati oleh orang 2.

c. Umrah hemat

Dengan harga yang terjangkau, jamaah akan tetap mendapatkan pelayanan full servis dan fasilitas seperti hotel bintang tiga pemberangkatan dengan maskapai penerbangan Citilink.

2. *Price* (Harga)

Agar dapat sukses dalam melakukan pemasaran suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menambah pendapatan sebuah perusahaan.

Berdasarkan harga yang ditentukan oleh PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus Cabang Metro yang membedakan antara jenis umrah yang satu dengan yang lainnya adalah fasilitas yang diterima. Paket umrah yang di tawarkan oleh PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus Cabang Metro:

a. Umrah gold sesuai sunnah

Paket umrah dengan harga Rp.37.000.000,00. Akomodasi hotel bintang lima dan menggunakan penerbangan maskapai Garuda Indonesia Airways

b. Umrah regular sesuai sunnah

Paket umrah dengan harga yang lumayan hemat Rp. 30.000.000,00. Fasilitas penerbangan menggunakan maskapai Citilink dan akomodasi hotel bintang empat.

c. Umrah hemat sesuai sunnah

Paketan umrah dengan harga yang bersahabat dan lebih terjangkau dibandingkan paket yang lain dengan harga Rp. 23.000.000,00, dengan fasilitas hotel bintang 3 menggunakan maskapai penerbangan Citilink.

Adapun juga wawancara dengan salah satu calon jamaah umrah yaitu dengan bapak Don Morris, beliau mengatakan bahwa:



*“menurut saya harga yang di tawarkan oleh PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus ini sesuai dengan pasaran yang ada saat ini”<sup>10</sup>*

### 3. Place (Tempat)

Menurut bapak Amirudin Azmi selaku kepala cabang dan pengurus, beliau mengatakan bahwa :

*“menurut kami penentuan lokasi PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus cabang metro ini kami tempatkan di di ruko Eldorado semarang cell lantai 2 karena di lihat dari letaknya ruko Eldorado semarang cell berada pada tempat jangkauan transportasi yang sangat memadai karena bisa di tempuh dengan angkutan umum atau kendaraan pribadi dan juga sering dilewati lalulintas orang-orang untuk melakukan aktivitasnya.”<sup>11</sup>*

Adapun juga wawancara dengan salah satu calon jamaah yang ingin melakukan perjalanan menggunakan jasa PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus yaitu dengan bapak Don Morris, beliau mengatakan bahwa:

*“menurut saya tempat atau lokasinya mudah untuk di jangkau dan mudah dikenali karena satu gedung dengan semarang cell dan parkirannya luas jika ada yang membawa kendaraan pribadi dan ketika masuk langsung di sambut oleh pegawai disana ditanya keperluanya apa nanti akan diarahkan ketempat kita tuju jadi tidak akan bingung walaupun bercampur dengan semarang cell”<sup>12</sup>*

Pemilihan lokasi sangat berdampak terhadap penjualan terutama perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Sehingga PT.

---

<sup>10</sup>Wawancara dengan bapak Don Morris, tanggal 01 Oktober 2021 di Kediaman bapak Don Morris.

<sup>11</sup> Wawancara dengan bapak Amirudi Azmi, tanggal 30 september 2021 di kantor cabang . Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus.

<sup>12</sup> Wawancara dengan bapak Don Morris , tanggal 01 Oktober 2021 di kediaman bapak Don Morris.

Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus Cabang Metro, memilih lokasi kantor cabang yang strategis dan sering orang lewati atau orang sering lihat yaitu tepat di Jl. Sukarno Hatta 16c Mulyojati, Metro Barat, Kota Metro. Aksesnya yang mudah untuk ditempuh menggunakan sarana transportasi apapun, baik kendaraan umum maupun pribadi.

#### 4. *Promotion* (promosi)

Promosi ialah suatu aktivitas untuk menginformasikan produk atau jasa kita kepada konsumen. setiap perusahaan memiliki cara tersendiri untuk mempromosikan produknya.

Dalam mempromosikan produknya kepada calon jamaah PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus Cabang Metro menggunakan bauran strategi promosi produk berupa:

##### a. Promosi penjualan (*sales promotion*)

PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus Cabang Metro mempromosikan produknya melalui kerja sama dengan menggandeng yayasan pondok pesantren asunnah metro lampung.

Berikut ini hasil wawancara dengan bapak Amirudin Azmi selaku kepala cabang:

*“Dalam kegiatan promosi kami ngemgandeng yayasan pondok pesantren seperti pondok pesantren asunnah lampung dan para ustads yang memiliki jamaah yang lumayan banyak karena biasanya masyarakat sekarang*

*cenderung lebih percaya dengan para ulama jadi setiap pondok pesanteren mendapatkan jamaah yang mau berangkat menggunakan jasa PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus maka kami akan memberikan upah atau tanda terimakasih”<sup>13</sup>*

b. Promosi melalui iklan

Iklan merupakan salah satu strategi *marketing* yang dilakukan oleh PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus Cabang Metro dalam mempromosikan produknya dengan menggunakan, iklan di media sosial seperti *website, status whatsapp, facebook, instagram* atau langsung mengajak langsung masyarakat sekitar.

Gambar 4.1

Website PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus



<sup>13</sup> Wawancara dengan bapak Amirudi Azmi, tanggal 30 september 2021 di kantor cabang . Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus.

Gambar 4.2

Facebook PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus



### 5. People(Orang)

Hasil wawancara dengan bapak Amirudin Azmi selaku kepala cabang Metro, beliau mengatakan bahwa:

*“Di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus cabang metro ini karena biro trevel ini masih baru jadi untuk saat ini saya yang menghendul semuanya dari urusan pendaftaran, merurus Visa sampai surat menyurat yang lainnya, insyallah saya melayai calon jamaah yang akan mendaftar dengan baik dan profesioal walaupun hanya saya sendirian”<sup>14</sup>*

Selain wawancara dengan bapak Amirudin Azmi peneliti juga mewawancarai salah satu calon jamaah yang akan melakukan perjalanan umrah menggunakan jasa PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus yaitu bapak Don Morris, beliau mengatakan bahwa:

<sup>14</sup> Wawancara dengan bapak Amirudi Azmi, tanggal 30 september 2021 di kantor cabang . Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus.

*“ menurut saya pelayanannya bagus, walaupun hanya memiliki satu pengurus saja, tetapi dapat mengayomi calon jamaah yang akan mendaftar dan dapat menyesuaikan apa yang di butuhkan oleh setiap calon jamaahnya serta sabar dalam menjelaskan apa saja yang calon jamaah ingin tanyakan dan profesional”<sup>15</sup>*

PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus Cabang Metro hanya memiliki satu pengurus yang menghendel semuanya dari pelayanan hingga pendaftaran tatapi jika ada calon jamaah yang ingin mendaftar akan diperlakukan dengan baik, ramah, dan profesional, agar calon jamaah yang mendaftar merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

#### 6. *Process* (proses)

Wawancara dengan bapak Amirudin Azmiselaku kepala cabang Metro, beliau mengatakan bahwa :

*“Proses pendaftaran yaitu seperti pengisian formulir pendaftaran, membayar melalui bank yang disarankan oleh kami, mengurus paspor, mengurus buku kuning (buku vaksin menginitis), pas photo, dan menyerahkan buku nikah bagi yang sudah menikah dan yang belum menikah dan untuk wanita yang masih singgel atau lajang harus di damping mahramnya. Semuanya dari awal sampai akhir kami bantusampai keberangkatan umrah juga. Walaupun pengurusnya hanya saya tetapi akan selalu melayani dengan professional. Jamaah hanya menunggu waktu untuk manasik umrah dengan pembimbing yang berkompeten di bidangnya. Dan menunggu jadwal ke berangkatan”<sup>16</sup>*

Selain wawancara dengan kepala cabang peneliti juga mewawancarai salah satu jamaah yang melakukan perjalanan

---

<sup>15</sup>Wawancara dengan bapak Don Morris, tanggal 01 Oktober 2021 di kediaman bapak Don Morris.

<sup>16</sup> Wawancara dengan bapak Amirudi Azmi, tanggal 30 september 2021 di kantor cabang . Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus.

menggunakan jasa PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus yaitu dengan ibu Wita Maria:

*“Alhamdulillah, saya merasa puas dengan pelayanan yang di berikan oleh PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus. Di sana walau hanya pak amir yang mengurus semuanya beliau melayani dengan baik, murah senyum, komunikasinya lancer, dan melayani dengan cepat ketika kita sudah datang langsung di sambut untuk masuk dan langsung dilayani dengan baik”<sup>17</sup>*

Dalam hal ini PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus Cabang Metro mengutamakan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada jamaah. Proses keberangkatan umrah juga mudah. PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus Cabang Metro sudah siap untuk mengurus semua persyaratan keberangkatan umrah mulai dari pendaftaran, pengurusan pasport, cek kesehatan dan pengurusan visa. Jamaah hanya menyiapkan berkas-berkas yang dibutuhkan. Kemudian jamaah hanya perlu menyiapkan apa saja yang di butuhkan untuk persyaratan dan menunggu waktu untuk manasik dengan pembimbing yang berpengalaman di bidangnya. Dan menunggu jadwal keberangkatan ke tanah suci.

#### 7. *Pyisical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik ini merupakan langkah untuk mengurangi resiko yang di persepsikan konsumen dalam keputusan pembelian semakin besar dan juga merupakan karakteristik *intangibile* pada

---

<sup>17</sup> Wawancara dengan ibu Wita Marria, tanggal 01 Oktober 2021 di kediaman ibu Wita Marria.

jasa menyebabkan pelanggan potensial tidak bias menilai suatu jasa sebelum menggunakannya.

Gedung yang digunakan PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus Cabang Metro masih bercampur dengan semarang cell yang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus Cabang Metro ada di lantai dua sedangkan semarang cell di lantai satu dan juga PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus sudah memiliki kendaraan pribadi yaitu satu unit mobil untuk memudahkan akses pengurus dalam melaksanakan kegiatannya.

PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus dikenal melalui figus seorang ustads jadi simulasi tata cara ibadah umrah sesuai dengan tuntutan sunnah rasulullah. Dalam bimbingan manasik selama 2 (dua) hari di hotel bintang 4 dan ada bimbingan rohani di pertemuan tersebut.

**C. Analisis Strategi *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran ) Travel Agent Dalam Menarik Minat Calon Jamaah Haji Dan Umrah Di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus Di Metro**

Berdasarkan hasil dari analisis yang peneliti lakukan diketahui bahwa strategi yang di gunakan PT. Garis Lurus Lintas Semesta Tavel Umrah Dan Haji plus dalam menjalankan usahanya sebagai perusahaan jasa lebih banyak menggunakan pendekatan melalui lembaga-lembaga

islam seperti pondok pesantren dan juga melalui para kyai atau ustadz yang mengajar disana atau yang memiliki jamaah lumayan banyak dan mereka hanya menggunakan pendekatan melalui para ustad dan pondok pesantren. Dan tidak menggunakan cara yang lain seperti menggunakan media panflet dan brosur mengakibatkan masyarakat kurang tahu atau paham tentang keberadaan PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus itu sudah ada di Metro .

#### 1. *Produc* (produk)

Hasil dari analisis yang peneliti lakukan, strategi PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus dalam menentukan produknya sebenarnya tidak jauh berbeda dengan travel-travel lainnya yang bergerak di bidang yang sama.

Strategi yang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus gunakan sesuai dengan strategi *marketing mix* (bauran pemasaran) yaitu dengan mengembangkan atau memberikan pilihan produk seperti paket umrah gold sesuai sunnah, paket umrah reguler sesuai sunnah dan yang terakhir paket umrah hemat sesuai sunnah semua itu sudah dengan fasilitas yang akan didapatkan dari hotel bintang 3 sampai dengan bintang 5 dan pelayanan *full servis*.

Menurut calon jamaah produk yang ditawarkan oleh PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus cabang Metro ini sama dengan biro yang lain hanya saja yang membedakan yaitu



namanya saja kerana setiap perusahaan pasti memiliki kriteria atau keunikan mereka sendiri-sendiri untuk menarik minat calon jamaahnya.

## 2. *Price* (harga)

Hasil analisis peneliti terhadap harga paket produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan fasilitas dan kenyamanan yang diterima jamaah, dan dalam penentuan harga produknya PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus tetapkan itu dengan menghitung total biaya yang dikeluarkan terlebih dahulu kemudian PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus menetapkan harga untuk dijual ke konsumen, fasilitas yang diterima sesuai dengan harganya semakin bagus fasilitas yang diterima maka semakin tinggi harganya .

Adapun jamaah mengatakan bahwa harga yang ditetapkan oleh PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus cabang metro ini masih sesuai dengan pasaran yang ada saat ini .

Jadi penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus sesuai dengan apa yang di dapatkan oleh konsumen/jamaah. Semakin tinggi harga paket umrahnya maka semakin bagus fasilitas yang diterima oleh jamaah.

Harga pun menjadi salah satu elemen dari marketing mix yang menonjol karena setelah peneliti teliti harga di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus lumayan lebih miring dari agent travel lainnya.

### 3. *Place* ( tempat)

Menentukan lokasi kantor cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus berada di lokasi yang sangat strategis, menurut mereka lokasi yang strategis yaitu di Ruko Eldorado Semarang Cell Jl. Sukarno Hatta 16c Mulyojati, Metro Barat, Kota Metro karena menjadi jalan lalu lalang masyarakat dalam melakukan aktivitasnya dan memiliki lahan parkir yang cukup luas .

Namun cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus di Metro yang terletak di ruko Eldorado semarang cell masih satu gedung dengan semarang cell jadi mungkin orang awan masih belum paham pasti lokasi tersebut mereka akan menganggapnya itu Cuma konter hp dan mereka tidak tahu kalo di lantai dua ruko tersebut yaitu kantor cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus

Akan tetapi calon jamaah yang akan mendaftar tidak perlu khawatir karena di pintu masuk ada karyawan yang akan mengarahkan kita dan menanyakan keperluan kita apa jadi nanti kita di beritahu jalanya.

### 4. *Promotion* (Promosi)

Strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus dalam mempromosikan produknya hanya menggunakan dua cara promosi yaitu promosi penjualan (*sales promotion*) yaitu PT. Garis Lurus Lintas Semesta

Travel Umrah Dan Haji Plus mempromosikn produknya melalui kerja sama dengan yayasan-yayasan seperti pondok pesantren Asunnah Metro dan ustadz yang memiliki jamaah pengajian yang lumayan banyak dan melalui iklan tetapi iklan yang digunakanPT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus hanya media sosial saja itu pun hanya website dan facebook.

Menurut mereka strategi promosi, dengan dengan menggunakan media sosial merupakan langkah yang tepatkarena PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus masih baru di Metrosehingga belum banyak dari masyarakat yang mengetahui PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus. Selain itu mereka juga gencar melakukan kerjasama dengan pondok pesantren dan beberapa ustadz, sehingga masyarakat mengetahui keberadaan PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus.

##### 5. *People* (Orang)

PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus cabang Metro merupakan biro travel haji dan umrah yang masih baru sehingga hanya memiliki 1 karyawan yang melakukan pelayanan kepada calon jamaah mulai dari pendaftaran sampai keberangkatan.

Menurut calon jamaah, mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pengurus PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus dan mereka mengatakan bahwa pelayanan PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus sesuai apa

yang di harapkan jamaah walaupun karyawanya hanya satu orang saja tetapi bisa memberikan pelayanan yang baik dan profesional kepada jamaahnya.

#### 6. *Process* (Proses)

Peneliti menganalisis bahwa dari semua elemen-elemen strategi *marketing mix* yang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus gunakan proses pelayanan merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang menonjol juga karena menurut mereka perusahaan jasa, produk yang mereka jual adalah produk jasa pelayanan jadi prioritas mereka adalah pelayanan yang baik dengan pelayanan yang baik jamaah akan merasa nyaman dan yakin menggunakan jasa mereka.

Pendapat dari pengurus PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus cabang metro di benarkan oleh calon jamaah yang akan mendaftar mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak travel dan walaupun pengurusnya hanya seorang saja tapi beliau menjelaskanya dengan baik dan jelas beliau kerja secara profesional.

Dalam proses pengurusan kelengkapan berkas sampai keberangkatanya di bantu dan mudah, Calon jamaah tidak perlu bingung dan khawatir akan kesulitan. Proses tersebut sudah bagus karena memudahkan calon jamaah untuk menunaikan ibadah umrah ke tanah suci.

### 7. *Pyysical Evidence* (Bukti Fisik).

PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus dikenal melalui figur seorang ustadzjadi simulasi tata cara ibadah umrah sesuai dengan tuntutan sunnah rasulullah. Dalam bimbingan manasik selama 2 (dua) hari di hotel bintang 4 dan ada bimbingan rohani di pertemuan tersebut.

Strategi PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus dalam hal fasilitas untuk melakukan bimbingan manasik sudah bagus walaupun tempatnya masih nyewa atau di hotel alasan mengapa PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus memilih hotel bintang 4 supaya jamaah merasa nyaman sehingga dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi jamaah.

PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus telah menerapkan strategi marketing mix yaitu 7p, dan yang paling menonjol dari semua elemen-elemen 7p yaitu harga, tempat dan proses pelayanannya. Terbukti dengan telah melayani jamaah secara profesional sabar dan tanggap dan jamaah merasa nyaman dan puas atas pelayanan yang telah diberikan oleh PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus, walaupun pengurusnya hanya sendiri. Dengan strategi pemasaran tersebut bisa membuat bertambahnya jamaah terutama dalam hal pelayanan yang nyaman.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Strategi *marketing mix* yang di lakukan oleh PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus dalam menarik minat calon jamaah haji dan umrah, sudah menggunakan ke-7 elemen bauran pemasaran seperti, *Produc* yang ditawarkan tidak jauh berbeda dengan travel-travel lainnya, *price* yang terbilang cukup miring dari biro travel lainnya, *place/* lokasi kantor cabang cukup strategis, *promotion* yang dilakukan menggunakan kerja sama dengan pondok pesantren dan ustadz dan media sosial, *people* hanya memiliki satu karyawan saja, *process*, pelayanan yang dilakukan cukup baik, *pyisical Evidence*faselitas untuk melalukan bimbingan manasik sudah bagus. Tujuh elemen-elemen bauran pemasaran yang telah di terapkan oleh PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan HajiPlus cabang Metro yang paling menonjol yaitu harga, tempat dan proses pelayananya .

## **B. Saran**

Untuk PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus cabang Metro

1. Strategi *marketing mix* PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus dalam menarik minat calon jamaah agar lebih meningkatkan lagi sumber daya manusi (SDM), terutama dalam merekrut pegawai agar terealisasi dengan maksimal target yang akan di capai perusahaan.
2. Untuk strategi promosinya harus ditingkatkan lagi, agar strategi yang digunakan tidak hanya itu saja, supaya bisa menarik lebih banyak lagi calon jamaah untuk memilih PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus sebagai travel perjalanan ibadah haji maupun umrah, dari pada memilih perusahaan jasa yang lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Muhammad al-kahlawi Ablan, Haji & Umrah Untuk Wanita, Jakarta, :Penerbit Zaman,2015
- Tama, Meno Pajra. “ *Strategi Pemasaran Travel Hji Dan Umroh PT. Anugrah Quba Mandiri Palembang Dalam Meningkatkan Daya Tarik Masyarakat.*” Skripsi,2020
- Alim, Syaiful. *Menuju Umrah Dan Haji Mabruur.* Yogyakarta:Laksana,2018
- Undang-Undang Nomor 204 Tahun 2019 Tentang Petunjuk Teknis Pembayaran Biaya Penyelenggaraan Umrah Dan Haji Regular Dan Pengisian Kuota Haji Tambahan Tahun 1440H/2019M
- Miranda, Masayu Mira. “ *Straegi Bauran Komunikasipemasaran Travel Agent Di Bandar Lampung*”. Skripsi, 2019
- Wawancara Dengan Bapak Amirudin Azim , Tanggal 25 Maret 2021 Di Kantor Cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus
- Fauzan. “ *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Di Travel Umroh An-Nur Karah Agung*”. Tesis, 2019
- Muna, Zaimul. “*Strategi Manajemen Pemasaran Di Biro Haji Dan Umroh PT. Arwaniyyah Tour Dan Travel Kudus.*”Skripsi, 2018
- Susanto, Arif Dwi. “*Strategi Bauran Pemasaran Produk Umroh Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada Pt. Peramudaa Travel Ciputat*”. Skripsi, 2017
- Umar, Husain. *Strategi Management In Actior.* Jakarta:Gramedia Pustaka Utama,2001
- Anoraga, Pandji . “*Majemen Bisnis*”. Jakarta: PT. Rineka Cipta,2009
- Firli Musfat Tengku. “*Manajemen pemasaran bauran pemasaran sebagai pokok manajemen pemasaran*”.Bandung:cv media sains Indonesia, 2020



- Simamora, Bilson. *“Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitable”*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001
- Saleh, Muhammad Yusuf Dan Miah Said. *“Konsep Dan Strategi Pemasaran”*. Makassar: CV SAH MEDIA, 2019
- Saputra, Hendra. *“Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Konsumen (Studi Pada Pt. Samudranesia Tour And Travel Pekanbaru)”*. Jurnal Aministrasi Bisnis 4, No.1. 2017
- Handayani Eka dkk. *“Manajemen Pemasaran (Dasar Dan Konsep)”*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021
- Hasnati dkk. *“Perlindungan Hukum Bagi Perusahaan Agent Perjalanan Wisata”*, Nagari Kota Baru : Penerbit Insan Cendikia Mandiri, 2021
- Giwantara Iwan. *“Cara Mudah Berbinis Travel Umrah Dan Haji Khusus”*. Jakarta: PT Flex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2018
- Eggy Fajar Andalas, Sugianti, Dan Arif Setiawan. *“Desain Penelitian Kualitatif Sastra”*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020
- Noor, Juliansyah. *“Metodologi Penelitian”* Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2011
- Mamik. *“Metodologi Kualitatif”*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015
- Septanti Ningtyas dkk. *“Wardah Magfiroh Husain, PTK (Penelitian Tindak Kelas)”*. Jawa Tengah: Lakeisha, 2020
- Nurdiani Nina. *“teknik sampling snowball dalam penelitian lapangan”* architecture department, faculty of engineering
- Fadhallah. *“Wawancara”*. Jakarta Timur: Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI), 2020
- Sugiyono. *“Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D”*. Bandung: Alfabeta Cv, 2016.
- Noor, Juliansyah. *“Metodologi Penelitian”*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2011
- Wawancara Dengan Bapak Amirudin Azmi, Tanggal 30 September 2021 Di Kantor Cabang PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus

Wawancara dengan bapak Don Morris , tanggal 01 Oktober 2021 di kediaman bapak Don Morris.

Wawancara dengan ibu Wita Marria, tanggal 01 Oktober 2021 di kediaman ibu Wita Marria.

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Koja Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metro.univ.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2918/In.28/D.1/TL.00/09/2021  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
KEPALA PT.GARIS Lurus Lintas  
Semesta Travel Umrah & Haji  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-2928/In.28/D.1/TL.01/09/2021,  
tanggal 28 September 2021 atas nama saudara:

Nama : **NABELA SUKMA MELATI**  
NPM : 1704010027  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT.GARIS Lurus Lintas Semesta Travel Umrah & Haji, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MARKETING MIX TRAVEL AGENT DALAM MENARIK MINAT CALON JAMAAH HAJI DAN UMROH DI METRO (STUDI DI PT. GARIS LURUS LINTAS SEMESTA TRAVEL UMRAH DAN HAJI PLUS)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 28 September 2021  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Siti Zulaikha S.Ag, MH**  
NIP 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: [www.febi.metrouniv.ac.id](http://www.febi.metrouniv.ac.id); e-mail: [febi.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:febi.iaim@metrouniv.ac.id)

**SURAT TUGAS**

Nomor: B-2928/In.28/D.1/TL.01/09/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : NABELA SUKMA MELATI  
NPM : 1704010027  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PT.GARIS Lurus Lintas Semesta Travel Umrah & Haji, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MARKETING MIX TRAVEL AGENT DALAM MENARIK MINAT CALON JAMAAH HAJI DAN UMROH DI METRO (STUDI DI PT. GARIS LURUS LINTAS SEMESTA TRAVEL UMRAH DAN HAJI PLUS)".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 28 September 2021



Mengetahui,  
Pejabat Setempat

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH  
NIP 19720611 199803 2 001



**garislurus**  
LINTAS SEMESTA

**IZIN PPIU NO : 815 TAHUN 2019**

No. : 002-Umroh/GLS/X/2021  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Research

Kepada Yth.

**Wakil Dekan Akademik Dan Kelembagaan**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Metro  
Di Tempat

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Segala puji bagi Allah Rabb semesta alam, Shalawat serta salam semoga tercurah bagi baginda Rasulullah Salallahu 'Alaihi wa Sallam.

Menindaklanjuti permohonan dari Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Institut Agama Islam Negeri Metro Nomor 2058/In.8/D.1/TL.01/07/2021 Tanggal 13 Juli 2021 perihal permohonan Izin Research Penelitian Mahasiswa Manajemen Haji dan Umroh, Maka bersama ini diberikan Research kepada :

Nama : **NABELA SUKMA MELATI**  
NPM : 1704010027  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Manajemen Haji Dan Umroh

Untuk melaksanakan kegiatan Research dalam rangka menyelesaikan tugas akhir/skripsi dilaksanakan pada :

Waktu : Juli 2021 s.d Selesai  
Lokasi/Objek : PT. Garislurus Lintas Semesta Metro  
Judul Skripsi : Strategi Marketing Mix Travel Agent Dalam Menarik Minat Calon Jamaah Haji Dan Umroh Di Metro

Demikian Surat Rekomendasi ini kami sampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya, Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.  
Wassalamu'alaikum warohmatullohi wabarokatuh.

Metro, 19 Oktober 2021  
**PT. Garislurus Lintas Semesta**



**garislurus**  
LINTAS SEMESTA  
TRAVEL, UMROH & HAJI PLUS  
Jl. Sukarno Hatta 16c, Mulyojati Metro Selatan Kota Metro Provinsi Lampung  
Telp: 0821 8265 0862

**Amirudin Azmi, SE**  
**Kepala Cabang Metro**

**Bekasi :**

Jl. Ciremai Raya No. BC227, Kayu Ringin Jaya – Bekasi Selatan Kota Bekasi, Jawa Barat 17144  
Phone: 021-88961716 Fax: 021-8893610 Website: [garislurus.com](http://garislurus.com) E-mail: [contact@garislurus.com](mailto:contact@garislurus.com)

**Metro Lampung :**

Jl. Sukarno Hatta 16c, Mulyojati Metro Selatan Kota Metro Provinsi Lampung  
Phone: 0821 8265 0862 Website: [garislurus.com](http://garislurus.com) E-mail: [contact@garislurus.com](mailto:contact@garislurus.com)

---

## ALAT PENGUMPULAN DATA

### **STRATEGI MARKETING MIX TRAVEL AGENT DALAM MENARIK MINAT CALON JAMA'AH HAJI DAN UMROH DI METRO**

**(Studi di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umroh dan Haji Plus)**

#### **A. Wawancara**

- I. Pertanyaan Kepada Kepala Cabang Metro PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus
  - a. Bagaimana sejarah dan perkembangan PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus?
  - b. Apa visi dan misi PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus?
  - c. Bagaimana struktur organisasi PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus?
  - d. Langkah- langkah apa saja yang di terapkan oleh PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus, untuk menarik minat masyarakat yang ada di metro agar tertarik menggunakan jasa yang kita tawarkan?
  - e. Langkah apa saja yang di lakukan PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus untuk mensosialisasikan produknya?
  - f. Di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus cabang metro ada berapa jumlah karyawannya?

- 
- g. Apakah harga produk PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus sudah sesuai dengan pasar?
  - h. Bagaimana cara PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus menentukan lokasi cabang?
  - i. Dengan sosialisasi dan strategi yang telah di upayakan, apakah hasil sesuai dengan yang telah di upayakan?
  - j. Apa yang menjadi faktor penghambat dalam penerapan strategi marketing mix?
  - k. Apa saja kendala yan dialami oleh PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus cabang metro dalam memperoleh jamaah?
2. Pertanyaan kepada calon jamaah PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus
- a. Apa profesi anda sehari-hari?
  - b. Apakah anda tau PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus ?
  - c. Darimana anda mengetahui PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus ?
  - d. Jika anda memiliki rezeki apakah anda mau menggunakan jasa PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus untuk berangkat ke tanah suci?



- e. Kenapa anda memilih melakukan perjalanan ke tanah suci menggunakan biro jasa perjalanan PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus ?
- f. Apakah harga yang ditawarkan PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus sudah sesuai dengan pasaran?
- g. Apakah lokasinya mudah untuk di jangkau?

#### **B. Dokumentasi**


1. Profil PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus
2. Dokumen-dokumen PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus

Metro , 17 September 2021  
Peneliti



**Nabela Sukma Melati**  
NPM 1704010027

Mengetahui  
Rembimbing



**Sukma sari Dewi Chan, S.Th.I., M.Ud.**  
NIDN 2008029201

---

## OUTLINE SKRIPSI

### **STRATEGI MARKETING MIX TRAVEL AGENT DALAM MENARIK MINAT CALON JAMAAH HAJI DAN UMROH DI METRO**

**(Studi di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umroh dan Haji Plus)**

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

#### **BAB I       PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

#### **BAB II       LANDASAN TEORI**

- A. Strategi Marketing Mix (Bauran Pemasaran)
  - 1. Pengertian Marketing Mix (Bauran Pemasaran)
  - 2. Elemen-Element Marketing Mix (Bauran Pemasaran)

- 
- B. Minat Konsumen
    - 1. Pengertian Minat Konsumen
    - 2. Faktor-Faktor Minat Konsumen
  - C. Biro travel Umrah dan Haji Plus
    - 1. Pengertian Biro Travel
    - 2. Pengertian Biro Travel Haji Dan Umrah

### **BAB III      METODE PENELITIAN**

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
  - 1. Jenis Penelitian
  - 2. Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
  - 1. Sumber Data Primer
  - 2. Sumber Data Sekunder
- C. Teknik Pengumpulan Data
  - 1. Metode Wawancara
  - 2. Dokumentasi
- D. Teknik Analisis Data

### **BAB IV      HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- A. PT. Garis Lurus Lintas Semesta Biro Travel Umrah Dan Haji Plus
  - 1. Sejarah pendirian PT. Garis Lurus Lintas Semesta Biro Travel Umrah dan Haji Plus
  - 2. Visi Misi PT. Garis Lurus Lintas Semesta Biro Travel Umrah dan Haji Plus
- B. *Strategi Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) Travel agent Di PT. Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus Di Metro

C. Analisis Strategi Marketing Mix (Bauran Pemasaran) Travel agent  
Dalam Menarik Minat Calon Jamaah Haji Dan Umrah Di PT,  
Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus Di Metro

**BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

Metro , 17 September 2021  
Peneliti



**Nabela Sukma Melati**  
NPM 1704010027

Mengetahui  
Pembimbing,



**Sukma sari Dewi Chan, S.Th.L., M.Ud.**  
NIDN 2008029201



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296  
Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email : [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

NAMA : Nabela Sukma Melati

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010027

Semester/Ta : VIII/2021-2022

NO	HARI/TANGGAL	PEMBIMBING I	HAL YANG DIBICARKAN	TANDA TANGAN
1	Setasa, 23, Februari 2021	Sukmasari Dewi Chan, S.Th.L.M.Ud	Perbaiki L&M sesuai arahan	
2	Kamis, 1 April 2021	Sukmasari Dewi Chan, S.Th.L.M.Ud	1. Tambahkan data progres 1. penggunaan huruf kapital diperhatikan 2. perbaiki proposal sesuai catatan 3. Jelaskan sedikit Promosi yg di lakukan agent travel u/ menarik jamaah 4. pahami dulu strategi marketing mix itu apa?	

PEMBIMBING II

MAHASISWA YANG BERSANGKUTAN

Sukmasari Dewi Chan, S.Th.L.M.Ud  
NIDN : 2008029201

Nabela Sukma Melati  
1704010027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296  
Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email : [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

NAMA : Nabela Sukma Melati Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU  
NPM : 1704010027 Semester/Ta : VIII/2021-2022

NO	HARI/TANGGAL	PEMBIMBING	HAL YANG DIBICARKAN	TANDA TANGAN
3	Senin, 12, April 2021	Sukma Sari Dewi Chan S.Th.I., M. Ud	1. Identifikasi dan cakupan masalah diperbaiki 2. penulisan footnot diperbaiki 3. lanjutkan BAB I dan II	
4	Senin, 20, April 2021	Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I., M. Ud	1. teori tentang minat konsum Mer ditambah 2. jenis penelitian diperbaiki 3. Hindari peng gunaan kata sambung di awal kalimat	

Pembimbing

Sukmasari Dewi Chan, S.Th.I., M. Ud  
NIDN : 2008029201

Mahasiswa Yang Bersangkutan

Nabela Sukma Melati  
1704010027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296  
Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email : [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

NAMA : Nabela Sukma Melati

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010027

Semester/Ta : VIII/2021-2022

NO	HARI/TANGGAL	PEMBIMBING	HAL YANG DIBICARKAN	TANDA TANGAN
5.	26 April 2021	Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I., M.Ud	1. Perhatikan spasi dalam penulisan 2. Perhatikan huruf kapital 3. Penulisan foot note lihat par dua 4. Daftar isi per bab 5. Daftar pustaka perbaikan 6. Kriteria sumber data primer ditam bolkan 7. buku yang digunakan yg terkait dg penelitian	

PEMBIMBING

Sukmasari Dewi Chan, S.Th.I., M. Ud

NIDN : 2008029201

MAHASISWA YANG BERSANGKUTAN

Nabela Sukma Melati  
1704010027





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296  
Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email: [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)



**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

NAMA : Nabela Sukma Melati

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010027

Semester/Ta : VIII/2021-2022

NO	HARI/TANGGAL	PEMBIMBING	HAL YANG DIBICARKAN	TANDA TANGAN
6	20 April 2021	Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.L., M.Ud	1. Perbaiki penulisan sesuai arahan 2. Lengkapi proposal dengan komponen 4 seminar	
7	27 April 2021		Acc diseminarkan	

PEMBIMBING

MAHASISWA YANG BERSANGKUTAN



Sukmasari Dewi Chan, S.Th.L., M. Ud

NIDN : 2008029201



Nabela Sukma Melati  
1704010027





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296  
Website : [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email : [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

NAMA : Nabela Sukma Melati

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010027

Semester/Ta : VII/2020-2021

NO	HARI/TANGGAL	HAL YANG DIBICARKAN	TANDA TANGAN
1	23.08.2021	Acc Pendalaman BAB I, II, III	

PEMBIMBING

Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.L., M.Ud  
NIDN 2008029201

MAHASISWA YANG BERSANGKUTAN

Nabela Sukma Melati  
NPM. 1704010027



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296  
Website : [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email : [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

NAMA : Nabela Sukma Melati

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010027

Semester/Ta : VII/2020-2021

NO	HARI/TANGGAL	HAL YANG DIBICARKAN	TANDA TANGAN
1.	14.09.2021	1. Perbaiki APD sesuai teori yang diangkat	

PEMBIMBING

Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.L., M.Ud  
NIDN 2008029201

MAHASISWA YANG BERSANGKUTAN

Nabela Sukma Melati  
NPM. 1704010027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296  
Website : [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email : [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

NAMA : Nabela Sukma Melati

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010027

Semester/Ta : VII/2020-2021

NO	HARI/TANGGAL	HAL YANG DIBICARKAN	TANDA TANGAN
	17/September/2021	Acc APD dan offline	

PEMBIMBING

Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.L., M.Ud  
NIDN 2008029201

MAHASISWA YANG BERSANGKUTAN

Nabela Sukma Melati  
NPM. 1704010027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296  
Website : [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email : [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

NAMA : Nabela Sukma Melati

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010027

Semester/Ta : VII/2020-2021

NO	HARI/TANGGAL	HAL YANG DIBICARKAN	TANDA TANGAN
	5/10/2021	Perbaiki hasil penelitian sesuai arahan	
	8/10/2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- 1 Perbaiki daftar pustaka ISI</li><li>- 2 Teori diperbaiki dan ditambahkan</li><li>- 3 Hasil penelitian diperbaiki sesuai dengan hasil wawancara cara</li><li>- 4. data dan kesimpulan dari PT garis lurus lintar</li></ul>	

PEMBIMBING

Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.L., M.Ud  
NIDN 2008029201

MAHASISWA YANG BERSANGKUTAN

Nabela Sukma Melati  
NPM. 1704010027



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296  
Website : [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email : [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

NAMA : Nabela Sukma Melati

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010027

Semester/Ta : VII/2020-2021

NO	HARI/TANGGAL	HAL YANG DIBICARKAN	TANDA TANGAN
	12/10/2021	1. Perbaiki Gambar Penutupan 2. Perbaiki Kesimpulan 3. Perbaiki Abstrak	

PEMBIMBING

Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.L., M.Ud  
NIDN 2008029201

MAHASISWA YANG BERSANGKUTAN

Nabela Sukma Melati  
NPM. 1704010027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296

Website : [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email : [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

NAMA : Nabela Sukma Melati

Fakultas/Jurusan

: FEBI/MHU

NPM : 1704010027

Semester/Ta

: VII/2020-2021

NO	HARI/TANGGAL	HAL YANG DIBICARKAN	TANDA TANGAN
	15/10/2021	1. Perbaiki kesimpulan 2. Perbaiki satan	

PEMBIMBING

Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.L., M.Ud  
NIDN 2008029201

MAHASISWA YANG BERSANGKUTAN

Nabela Sukma Melati  
NPM. 1704010027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296  
Website : [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email : [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

NAMA : Nabela Sukma Melati


Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010027


Semester/Ta : VII/2020-2021

NO	HARI/TANGGAL	HAL YANG DIBICARKAN	TANDA TANGAN
	18/10/2021	1. Abstrak perbaikan 2. Kata pengantar 3. Daftar pustaka perbaikan 4. Kesimpulan dan saran 01 perbaikan	
	19/10/2021	Perbaikan Kesimpulan	
	25/10/2021	Acc skripsi 4/ dimunafasda kan	

PEMBIMBING

  
Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I., M.Ud  
NIDN 2008029201

MAHASISWA YANG BERSANGKUTAN

  
Nabela Sukma Melati  
NPM. 1704010027



Wawancara dengan kepala cabang Metro PT. Garis Lurus Lintas Semesta



Wawancara dengan jamaah









Pelang PT. Garis Lurus Lintas Semesta



## RIWAYAT HIDUP



NABELA SUKMA MELATI, lahir di Metro pada tanggal 26 Januari 1999, beralamatkan di Desa Raksajiwa, Kecamatan Semidang Aji Kabupaten Ogan Komering Ulu. Anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Sugiman dan Ibu Wartini.

Peneliti menyelesaikan pendidikan di TK Mulya Jaya Srimulyo selesai pada Tahun 2005, kemudia peneliti melanjutkan pendidikan di sekolah dasar di SD Negeri 99 OKU selesai pada Tahun 2011, kemudian peneliti melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 24 OKU di Desa Samkelat lulus pada tahun 2014 setelah menyelesaikan pendidikan di SMP peneliti melanjutkan di SMA Negeri 05 OKU di Baturaja Barat selesai pada Tahun 2017, dan peneliti melanjutkan di perguruan tinggi IAIN Metro pada tahun 2017, dengan mengambil jurusan Manajemen Haji dan Umrah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Demikian riwayat hidup yang peneliti paparkan semoga allah senantiasa selalu melindungi kita dan membimbing kita dalam kebaikan aamiin ya robbal alamin.