

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI BIRO PERJALANAN HAJI DAN
UMROH DI PT ARMINAREKA PERDANA METRO
TERHADAP MINAT MASYARAKAT**

Oleh:

**PERMATA INDRYANI
NPM. 1903041012**



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

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H / 2024 M**

**STRATEGI PROMOSI BIRO PERJALANAN HAJI DAN
UMROH DI PT ARMINAREKA PERDANA METRO
TERHADAP MINAT MASYARAKAT**

**Diajukan guna Memenuhi Tugas dan sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

**PERMATA INDRYANI
NPM. 1903041012**

Pembimbing: David Ahmad Yani, M.M.

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

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H / 2024 M**

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Untuk Dimunaqosyahkan**

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

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

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

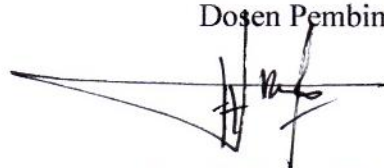
Nama : PERMATA INDRYANI
NPM : 1903041012
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh
Judul : STRATEGI PROMOSI BIRO PERJALANAN HAJI DAN
UMROH DI PT ARMINAREKA PERDANA METRO
TERHADAP MINAT MASYARAKAT

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di munaqosyahkan. Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamua 'alaikum Wr. Wb

Metro, 19 Desember 2023

Dosen Pembimbing



David Ahmad Yani, M.M.
NIP. 198404202019031008

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi di bawah ini:

Judul : STRATEGI PROMOSI BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMROH DI PT ARMINAREKA PERDANA METRO TERHADAP MINAT MASYARAKAT
Nama : PERMATA INDRYANI
NPM : 1903041012
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh

MENYETUJUI

Untuk diujikan dalam sidang Munaqosyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, 19 Desember 2023

Dosen Pembimbing



David Ahmad Yani, M.M.
NIP. 198404202019031008



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

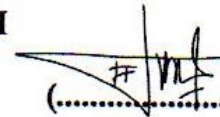
PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-0091/111128.3/D/PP-00.9/01/2024

Skripsi dengan Judul “STRATEGI PROMOSI BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMROH DI PT ARMINARIKA PERDANA METRO TERHADAP MINAT MASYARAKAT”, disusun oleh: Permata Indryani, NPM. 1903041012, Jurusan : Manajemen Haji Dan Umroh yang telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/ tanggal: Kamis, 28 Desember 2023.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua : David Ahmad Yani, M.M


(.....)


Penguji I : Hermanita, S.E., M.M


(.....)

Penguji II : Upia Rosmalinda, M.E.I


(.....)

Sekretaris : Nur Syamsiyah, M.E


(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 197206111998032001

ABSTRAK

STRATEGI PROMOSI BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMROH DI PT ARMINAREKA PERDANA METRO TERHADAP MINAT MASYARAKAT

**Oleh:
Permata Indryani
1903041012**

Haji merupakan rukun islam yang kelima dan hukumnya wajib bagi yang mampu, perkembangan jumlah jamaah haji di Indonesia saat ini dari tahun ke tahun selalu mengalami kenaikan. Sehingga maraknya biro penyelenggara perjalanan haji dan umroh menjadikan persaingan semakin ketat khususnya biro travel haji dan umroh di Kota Metro. Sehingga PT. Arminareka Perdana Metro yang berlokasi di Kota Metro ini menerapkan beberapa strategi promosi agar bisa bersaing dengan travel haji dan umroh lainnya dan bisa menarik minat jamaah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi biro perjalanan haji dan umroh di PT. Arminareka Perdana Metro terhadap minat masyarakat.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan sifat penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data pada penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data metode berfikir induktif.

Hasil penelitian ini bahwa strategi promosi yang digunakan oleh PT. Arminareka Perdana Metro dalam menarik minat jamaah adalah dalam konteks strategi yang digunakan sudah berfungsi dengan baik, dan promosi yang digunakan terdiri dari bauran promosi, yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran langsung, dan publisitas.

Kata Kunci: *Strategi, Promosi, Minat*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : PERMATA INDRYANI
NPM : 1903041012
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Manajemen Haji Dan Umroh

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

Metro, 19 Desember 2023

Yang menyatakan



PERMATA INDRYANI
NPM. 1903041012

MOTTO

فِيهِ آيَةٌ بَيِّنَةٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ۗ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ
اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۗ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

Artinya: “Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan suatu apapun) dari semesta alam.” (QS Ali Imran: 97).

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, peneliti persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ayahanda Idris dan Ibunda Hayati (Almh) yang senantiasa berdo'a, memberikan kesejukan hati, dan memberikan dorongan demi keberhasilan peneliti.
2. Kakak Nisa, Adik tercinta Irysad, Ihsan, Alesha, dan Bunda Yeni yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
3. Keluarga dan saudara, serta kerabat dekat ku
4. Sahabat-sahabat, teman-teman di IAIN Metro
5. Almamater IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah wasyukurillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, atas hidayah dan inayah-nya penulis dapat mengerjakan penelitian skripsi ini. Penelitian skripsi ini adalah salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Jurusan Manajemen Haji Dan Umroh Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Di Institut Agama Islam Negri Metro. Berfungsi Untuk Memenuhi Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini penulis berterimakasih banyak karena telah banyak di bantu dan diberi arahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berterimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Nurjannah, M.Ag.PIA selaku Rektor IAIN Metro
2. Ibu Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ibu Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy. selaku Ketua Jurusan Manajemen Haji dan Umroh
4. Bapak David Ahmad Yani, M.M. selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berharga kepada peneliti
5. Orang tua yang senantiasa selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada peneliti
6. PT. Arminareka Perdana Metro yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian ditempatnya
7. Kepala dan Staff PT. Arminareka Perdana Metro yang telah membantu dan memberikan data skripsi kepada peneliti untuk melakukan penelitian

8. Teman Seperjuangan yang telah memberikan semangat dan keceriaan kepada peneliti
9. Teman-Teman Jurusan Manajemen Haji Dan Umroh Angkatan 19 Mudah-mudahan kebaikan yang telah diberikan terhadap penulis skripsi ini dapat dibalaskan oleh Allah SWT. Peneliti merasa bahwa skripsi yang ditulis ini masih jauh dari kata sempurna, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Semoga bermanfaat bagi para yang membaca skripsi ini, Aamiin.

Metro, 19 Desember 2023
Peneliti,



Permata Indryani
NPM. 1903041012

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS	iv
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Penelitian Relevan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Promosi	10
1. Pengertian Strategi Promosi	10
2. Bauran Promosi	11
B. Minat Masyarakat.....	12
1. Pengertian Minat.....	12
2. Macam-Macam Minat	14
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat	15
4. Perilaku Konsumen.....	18

C. Biro Perjalanan Haji dan Umroh	20
1. Pengertian Biro Perjalanan Haji dan Umrah	20
2. Pengertian Haji dan Umroh	20
3. Macam-Macam Haji dan Umroh.....	21
4. Syarat, Rukun Wajib Haji dan Umrah.....	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	25
B. Sumber Data	26
C. Teknik Pengumpulan Data	27
D. Teknik Analisis Data.....	28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	30
B. Strategi Promosi Biro Perjalanan Haji dan Umroh di PT. Arminareka Perdana Metro Terhadap Minat Masyarakat	33
C. Analisis Strategi Promosi Biro Perjalanan Haji dan Umroh di PT. Arminareka Perdana Metro Terhadap Minat Masyarakat	39

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	44
B. Saran	45

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pendaftaran Jamaah Haji dan Umroh Di PT. Arminareka Perdana Metro Kantor Cabang Kota Metro Tahun 2022-2023	4
Tabel 1.2 Rukun Haji dan Umrah	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur organisasi PT. Arminareka Perdana Kota Metro	32
Gambar. 4.2 Brosur PT. Arminareka Perdana Metro	34

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing
2. Alat Pengumpulan Data (APD)
3. Out Line
4. Surat Balasan Prasurvey
5. Surat izin Research
6. Surat Tugas dari IAIN Metro
7. Surat Balasan Izin Research
8. Surat Keterangan Bebas Pustaka
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Foto-foto Penelitian
11. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ibadah haji dan umroh merupakan keinginan bagi setiap umat Islam di dunia. Bahkan setiap tahunnya bertambah jumlah umat Islam yang menunaikan ibadah haji dan umroh. Haji merupakan rukun Islam yang ke-5. Ibadah ini wajib ditunaikan bagi umat Islam setidaknya sekali seumur hidup. Dasar diwajibkannya haji bersumber dari Alquran, dan hadits. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS Ali Imran ayat 97:

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ۚ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ
مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

Artinya: “Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim; barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban hamba terhadap Allah, yaitu bagi) orang yang mampu mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam. (QS Ali Imran ayat 97)

Ayat tersebut menurut ulama ahli tafsir menyebutkan tentang wajibnya ibadah haji sebagaimana di kemukakan oleh Ibnu Umar berikut:

عَنِ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ «بُنِيَ الْإِسْلَامُ عَلَى
خَمْسٍ: شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ، وَإِقَامِ الصَّلَاةِ، وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ، وَالْحَجِّ،
وَصَوْمِ رَمَضَانَ

Artinya: “Nabi SAW bersabda. "Islam itu didirikan atas lima perkara. Yaitu, bersaksi bahwa tidak ada tuhan yang berhak disembah melainkan

Allah dan Muhammad adalah Rasul-Nya, mendirikan sholat, menunaikan zakat, puasa pada bulan Ramadan, menunaikan ibadah haji ke Baitullah bagi yang mampu melakukannya."

Di samping itu Rasulullah SAW juga menyebutkan tentang wajibnya ibadah haji sebagaimana hadits yang di riwayatkan dari Ibnu katsir sebagai berikut dalam surat Ali-Imran ayat 97

Firman Allah Subhanahu Wa Ta'ala: Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata. (Ali-Imran: 97) yaitu tanda-tanda yang jelas menunjukkan bahwa bangunan tersebut dibangun oleh Nabi Ibrahim, dan Allah memuliakan serta menghormatinya.

Kemudian Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* berfirman: maqam Ibrahim. (ali Imran: 97) yaitu sarana yang dipakai oleh Nabi Ibrahim ketika bangunan Ka'bah mulai meninggi untuk meninggikan fondasi dan temboknya. Sarana ini dipakai untuk tangga tempat berdiri, sedangkan anaknya (yaitu Nabi Ismail) menyuplai bebatuan.

Pada mulanya maqam Ibrahim ini menempel pada dinding Ka'bah, kemudian pada masa pemerintahan Khalifah Umar ibnul Khattab maqam tersebut dipindahkan ke sebelah timur Ka'bah hingga memudahkan bagi orang-orang yang bertawaf dan tidak berdesak-desakan dengan orang-orang yang shalat di dekatnya sesudah melakukan tawaf.¹

Berangkat dari wajibnya haji tersebut di Indonesia muncul lah banyak sekali biro perjalanan haji dan umroh. Salah satunya di PT. Arminareka Perdana Metro merupakan salah satu biro travel haji dan umroh cabang kota

¹ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemah nya* (Surabaya: Duta Ilmu, 2010), 49

Metro yang memberikan penawaran menarik terhadap masyarakat agar menggunakan jasa biro travel haji dan umroh. Faktor pendorong masyarakat untuk tetap ingin berangkat karena adanya faktor-faktor promosi, produk, harga dan kepercayaan, terhadap travel maupun pengalaman yang sudah berangkat melalui travel tersebut lewat saudara, keluarga, teman dan tetangga, dalam memilih biro perjalanan haji dan umroh.

Untuk menarik minat masyarakat PT. Arminareka Perdana Metro Travel Haji dan Umroh menggunakan promosi baik melalui media sosial, menggerakkan dari beberapa mitra, dan dengan masuk mengikuti pengajian dengan memberikan sosialisasi terhadap ibu-ibu pengajian yang masyarakat sendiri pun masih kurang memahami terkait biro travel haji dan umroh yang sesuai dengan perizinannya, proses pembayaran, dan bagaimana selanjutnya. Dengan memberikan sosialisasi PT. Arminareka Perdana Metro masyarakat jadi bisa memilih biro travel haji dan umroh yang baik karena PT. Arminareka Perdana Metro sudah memiliki operasi izin dan sudah tercatat di Kementerian Agama.²

PT. Arminareka Perdana Metro memberikan promosi kepada masyarakat yaitu, 1. Gratis biaya pembuatan passport, 2. Gratis biaya suntik meningitis, 3. Memberikan potongan harga apabila yang berangkat suami istri. Dengan 2 pilihan system pembayaran yaitu, 1. Pembayaran lunas dengan pembayaran DP Rp. 3.400.000.00 Perjamaah dan pelunasan maksimal 1 bulan sebelum pemberangkatan, 2. Dengan system menabung perbulan minimal Rp.

² Wawancara Dengan Ibu Titik Setyani, Tanggal 9 Desember 2022, Di kantor Cabang PT Arminareka Perdana Metro Travel Haji dan Umroh

500.000.00 boleh di bayar 2-3 kali perbulannya sampe lunas sesuai pemberangkatan dan harga pada saat pemberangkatannya.³

Tabel 1.1
Jumlah Pendaftaran Jamaah Haji dan Umroh Di PT. Arminareka
Perdana Metro Kantor Cabang Kota Metro Tahun 2022-2023

No	Tahun	Umroh	Haji Plus
1	2018	75	
2	2019	80	
3	2022	90	
4	2023	95	50

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa jumlah pendaftaran calon jamaah haji khusus dan umroh pada PT. Arminareka Perdana Metro pada tahun 2018 terdapat sebanyak 75 jamaah umroh, pada tahun 2019 terdapat sebanyak 80 jamaah umroh, pada tahun 2020-2021 tidak ada pemberangkatan akibat Covid-19, terdapat 90 jamaah pada tahun 2022 dan 95 jamaah umroh pada tahun 2023, dan 50 jamaah haji plus pada tahun 2023. Jumlah data jamaah diatas hanya terdapat selama 4 tahun, karena PT. Arminareka Perdana Metro tertunda keberangkatan oleh sebab adanya pandemic Covid-19 yang menyerang pemberangkatan calon jamaah haji dan umroh sehingga pemberangkatan tahun 20020-2021 di gabung menjadi bersama pada tahun 2022 (pemberangkatan akbar).⁴

Jadi PT. Arminareka Perdana Metro lebih menekankan pada strategi promosi, pelayanan, kenyamanan, kepuasan, keamanan dan terbuka kepada para jamaah. Daftar travel haji dan umroh yang mendapatkan izin resmi dari

³ Wawancara Dengan Ibu Titik Setyani, Tanggal 9 Desember 2022, Di kantor Cabang PT Arminareka Perdana Metro Travel Haji dan Umroh

⁴ Wawancara Dengan Mba Dini, Tanggal 23 Juni 2023, Di kantor Cabang PT Arminareka Perdana Metro Travel Haji dan Umroh

kemenag di kota Metro sudah banyak, semua agent travel tersebut saling bersaing ketat dalam menarik minat dan meningkatkan jumlah jamaahnya tanpa merendahkan agent travel lain.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Promosi Biro Perjalanan Haji dan Umroh di PT. Arminareka Perdana Metro terhadap Minat Masyarakat”**

B. Pertanyaan Penelitian

Agar penelitian yang dilakukan memiliki arah yang lebih rinci, maka dalam hal ini yang akan dibahas adalah bagaimana strategi promosi biro perjalanan haji dan umroh di PT. Arminareka Perdana Metro terhadap minat masyarakat?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi biro perjalanan haji dan umroh di PT. Arminareka Perdana Metro terhadap minat masyarakat

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoretis

Dalam penelitian ini diharapkan mampu untuk memperkaya wawasan juga menambah pemahaman mengenai bagaimana strategi promosi biro perjalanan haji dan umroh di PT. Arminareka Perdana Metro terhadap minat masyarakat, kemudian diharapkan dapat

digunakan sebagai bahan studi banding bagi peneliti lain serta menjadi referensi maupun sumber bacaan di lingkungan FEBI IAIN Metro khususnya prodi Manajemen Haji dan Umroh.

b. Manfaat Praktis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman ataupun informasi kepada pemilik biro travel untuk mengetahui strategi promosi biro perjalanan haji dan umroh di PT. Arminareka Perdana Metro terhadap minat masyarakat dan dapat dijadikan masukan bagi masyarakat/calon jamaah haji dan umroh lainnya disekitar Metro maupun diluar daerah Metro.

D. Penelitian Relevan

Dalam penyusunan proposal ini peneliti melakukan langkah awal dengan mengkaji pustaka-pustaka atau penelitian terdahulu untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Penelitian terdahulu yang menjadi landasan adalah penelitian yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Terdapat tiga penelitian terdahulu diantaranya:

1. Penelitian yang pertama adalah skripsi Nabela Sukma Melati 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)” pada tahun 2021. Fokus penelitian ini yaitu agar mengetahui strategi marketing mix yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik terhadap minat

jamaah/konsumen untuk menggunakan PT Garis Lurus Lintas Semesta Travel Umrah Dan Haji Plus di Cabang Metro.

Persamaan dalam penelitian ini berfokus pada teori bauran strategi marketing dalam menarik minat calon jamaah/masyarakat dan meneliti Biro Travel.

Perbedaan mendasar, selain tempat penelitiannya berbeda, penelitian ini lebih berfokus pada strategi marketing mix yang di lakukan oleh PT. Garis Lurus Lintas Semesta travel Umrah dan Haji Plus dalam menarik minat calon jamaah 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.⁵

2. Penelitian yang kedua adalah jurnal David Ahmad Yani dengan judul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Warga Menabung pada Bank Syariah di Kelurahan Sumberrejo Sejahtera Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung" pada tahun 2020. Fokus penelitian ini adalah bertujuan ingin menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi minat warga menabung pada bank syariah.

Persamaan dalam penelitian ini berfokus pada teori faktor yang mempengaruhi minat warga/masyarakat.

Perbedaan mendasar, selain tempat penelitian yang berbeda, penelitian ini lebih berfokus pada penjelasan bahwa pengetahuan, promosi, produk dan reputasi mempengaruhi terhadap minat warga menabung pada

⁵ Nabela Sukma Melati, "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)", Skripsi, IAIN Metro tahun 2021

bank syariah di kelurahan Sumberrejo Sejahtera di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung.⁶

3. Penelitian yang ketiga adalah skripsi Dicky Kurniawan dengan judul *Manajemen Biro perjalanan Ibadah Haji dan Umrah PT.Niat Suci Kebaitullah dalam memberikan pelayanan terhadap para jamaah*” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Manajemen Biro Peralanan Haji dan Umrah P.T Niat Suci Ke-Baitullah dalam memberikan Pelayanan terhadap para calon Jamaah.Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan mengklarifikasikan fakta atau karektristik fenomena yang ada serta keadaan yang sebenar-benarnya tentang manajemen biro perjalanan Haji dan Umrah yang digunakan oleh PT Niat Suci Kebaitullah dalam memberikan pelayanan kepada calon jamaah.persamaan dan perbedaan pada penelitian, adapun persamaan penelitian ini adalah terkait sama sama membahas tentang biro perjalanan ibadah haji dan umrah hanya saja pada penelitian ini berfokus pada Strategi Promosi Biro Perjalanan Haji dan Umroh Di PT. Arminareka Perdana Metro Terhadap Minat Masyarakat sedangkan perbedaanya adalah dapat dilihat dari tempat dan judul tempat penelitian yang digunakan peneliti yaitu PT. Arminareka Perdana Metro sedangkan judul penelitian “Strategi Promosi Biro

⁶ David Ahmad Yani, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Warga Menabung Pada Bank Syariah Di Kelurahan Sumberrejo Sejahtera Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung” (Vol. 03, Issue 01), Jurnal tahun 2020

Perjalanan Haji dan Umroh Di PT. Arminareka Perdana Metro Terhadap
Minat Masyarakat”.⁷

⁷ Dicky Kurniawan, ”Manajemen Biro perjalanan Ibadah Haji dan Umrah PT.Niat Suci Kebaitullah dalam memberikan pelayanan terhadap para jamaah”, skripsi, Universitas Islam Negri Sultan Syarifkasim Riau tahun 2022.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Promosi

1. Pengertian Strategi Promosi

Strategi ialah “tindakan potensial yang memerlukan keputusan manajemen atas dan sejumlah besar sumber daya perusahaan”. Yang tujuan dari penerapan strategi dalam sebuah perusahaan ialah untuk mencapai keuntungan. strategi generik yang sudah umum diterapkan perusahaan biasanya ada 2 yaitu, Strategi generik menurut Porter memungkinkan organisasi untuk memperoleh keunggulan kompetitif dari tiga landasan yang berbeda: kepemimpinan biaya, diferensiasi, dan fokus. Strategi kepemimpinan biaya (overall cost leadership) lebih memperhitungkan pesaing usaha daripada pelanggan yang pada fokusnya menjual kepada pembeli dengan harga murah. Strategi diferensiasi merupakan strategi yang “mengambil pelanggan sebagai perhatian utama yang selanjutnya membangun persepsi akan keunggulan kualitas design produk dan teknologi”. Dan strategi fokus ialah strategi yang digunakan fokus pada salah satu strategi diatas untuk menghindari konfrontasi dengan pesaing.

Promosi adalah (aktifitas atau usaha dalam memberikan informasi kepada konsumen agar produk yang dihasilkan dapat dikenal hingga akhirnya dibeli dan disukai oleh konsumen”. Pada dasarnya promosi termasuk dalam komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk

menginformasikan dan mempengaruhi konsumen untuk ingat dan membeli produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan.¹

2. Bauran Promosi

Dalam melakukan promosi yang efektif maka dapat melalui bauran promosi sebagai berikut:

a. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan menurut Kuniawan dan Abidin (2018:38) merupakan suatu bentuk promosi dengan menggunakan media cetak maupun media elektronik (non personal) untuk mempromosikan ide, barang, jasa, acara dan sebagainya”. Pada era modern seperti sekarang ini periklanan dapat juga dilakukan melalui media seperti televisi, radio, surat kabar dan juga iklan media sosial.

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan salah satu bentuk persuasi langsung bisa dengan cara penurunan harga, pemberian hadiah dan juga pemberian diskon yang tujuannya agar dapat meningkatkan daya tarik konsumen baru dan membeli lebih banyak produk.

c. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Penjualan personal dalam penerapannya dilakukan melalui door to door, membuat pameran dan juga stand penjualan sehingga menghasilkan komunikasi yang lebih fleksibel antara penjual dan pembeli.

¹ Juliana, dkk, “Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Pada PT S iar Haramain International Wisata di Medan” Jurnal Bisnis ISSN: 2621 – 3982 Vol 5 No 2, 2022.

d. Pemasaran Langsung (*Direct Selling*)

Pemasaran langsung dilakukan untuk mendapatkan respon pembelian terhadap produk yang ditawarkan disembarang lokasi seperti melalui media email, telepon, surat kabar, dan lain sebagainya.

e. Publisitas

Publisitas digunakan dalam rangka meningkatkan citra merek perusahaan di masyarakat yang lebih terperinci daripada iklan dan lebih besar dari hubungan masyarakat.²

B. Minat Masyarakat

1. Pengertian Minat

Minat dalam kamus besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.³

Menurut Kinner dan Taylor minat konsumen adalah kecenderungan seorang konsumen yang dipengaruhi oleh kondisi psikologis seorang konsumen. Dalam memilih suatu barang atau jasa yang akan ia gunakan yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal sebelum keputusan membeli benar-benar dilakukan.⁴

Menurut pendapat Assel, Donni Juni Priansah mendefinisikan minat pembelian konsumen merupakan kecenderungan konsumen untuk

² *Ibid.*

³ Hasan Alwi, *Kamus Umum Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007).

⁴ Umar Hasain, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2008).

membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.⁵ Konsumen adalah seseorang atau sekelompok orang yang membeli sesuatu produk untuk dipakai sendiri dan tidak untuk dijual kembali. Konsumen dapat diartikan sebagai siapa saja yang berkepentingan dengan produk layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.⁶ Menurut Poerwadiminta, minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Minat timbul dari individu karena tertarik pada suatu hal dan hal tersebut dirasa berguna atau bermanfaat bagi kebutuhan hidupnya. Minat mengarahkan individu akan suatu obyek atas dasar rasa senang atau tidak senang.⁷ Sedangkan menurut Bambang Hairsoyo minat konsumen merupakan keinginan dari seorang konsumen dalam memilih suatu barang atau jasa yang dipengaruhi oleh beberapa faktor meliputi faktor internal dan eksternal sesuai dengan harapan konsumen.⁸

Berdasarkan uraian di atas dapat peneliti disimpulkan bahwa minat Masyarakat adalah tahap kecenderungan seseorang untuk bertindak berdasarkan perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal sebelum keputusan membeli benar-benar dilakukan.

⁵ 49 Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2017), Cetakan 1.

⁶ M Nur Riyanto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia).

⁷ Ayu Retno Sari, "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Memilih Biro Perjalanan*", Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

⁸ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT refika Aditama, 2012).

2. Macam-Macam Minat

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, ini sangat tergantung pada sudut pandangnya yaitu:

- a. Berdasarkan timbulnya minat, dapat dibedakan menjadi minat *primitif* dan minat *kultural*. Minat *primitif* adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis, misalnya kebutuhan akan makan atau kebutuhan kebebasan beraktivitas. Sedangkan minat *kultural* atau minat sosial adalah minat yang timbul karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita. Contoh: keinginan untuk memiliki mobil.
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinstik dan minat ekstrinstik. Minat intrinstik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Sedangkan minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, ketika tujuan sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang.⁹
- c. Berdasarkan cara mengungkapkan minat dapat dibagi menjadi empat yaitu:

- 1) *Expressed Interest*

Adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-

⁹ *Ibid.*

kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas yang di senangi dan yang paling tidak di senangi. Dari jawabanya dapat diketahui minatnya.

2) *Manifest Interest*

Adalah minat yang di ungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subjek atau dengan mengetahui hobinya.

3) *Tested Interest*

Adalah minat yang diungkapkan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan, nilai-nilai yang tinggi pada suatu objek atau masalah biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula terhadap hal tersebut

4) *Inventoried Interest*

Adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah di standarisasikan, dimana subjek apakah ia senang atau tidak senang terhadap sejumlah aktivitas atau sesuatu obejk yang ditanyakan.¹⁰

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dapat dilihat dari faktor promosi, produk, harga, pelayanan yaitu:

¹⁰ Lisani Khasanah, “*Minat Masyarakat Hargomulyo Menabung di Biro Perjalanan*,” Perpustakaan Daerah Kota Metro, 2017.

1) Promosi

Promosi adalah suatu media bagi produsen untuk mengimpormasikan atau menarik minat konsumen untuk membeli/memilih barang atau jasa. Semakin banyak maka semakin efektif promosi sebuah perusahaan, maka akan lebih banyak lagi konsumen yang mengetahui produk dari perusahaan tersebut sehingga meningkatkan keputusan pemilihan konsumen terhadap produk tersebut.

2) Produk

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil suatu perusahaan yang ditawarkan kepasar untuk dikonsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaanya. Suatu perusahaan harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi/kompensasi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba, membeli, dan memilih produk tersebut. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetisi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh

produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian/pemilihan.¹¹

3) Harga

Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen.¹²

Harga adalah salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan revenue penjualan, sedangkan elemen lain dari bauran itu menghasilkan biaya-biaya. Harga juga merupakan elemen dalam program pemasaran yang mudah di ubah. Artinya harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang yang memiliki manfaat serta penggunaannya.¹³

4) Kepercayaan

Kepercayaan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan serta memiliki pengaruh penting dan sangat mendasar untuk diperhatikan. Kepercayaan adalah harapan yang didapatkan dari sekelompok orang yang bertransaksi dengan memikirkan suatu risiko. Terpenuhinya harapan pelanggan akan

¹¹ Kila Suraini, " *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Biro Perjalanan Haji dan Umroh* " *Skripsi, (universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh: 2021)*.

¹² Ni Kadek Yusnia Purnama Sari, I Wayan Pantiyasa², I Gusti Ayu Eka Suwintari, " *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen* " *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis EISSN: 2828-3325 Vol 02 No 2, 2023*.

¹³ Achmat Afandi Setyawan¹, Ratna Ekasari², Nuning Nurna Dewi, " *Pengaruh Produk, Harga, Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen* " *Jurnal, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMAHA Vol. 3, No. 1, Tahun 2020*.

berdampak pada semakin tingginya kepercayaan pelanggan yang akan berpengaruh pada loyalitas pelanggan namun apabila perusahaan tidak mampu memenuhi harapan pelanggan maka semakin rendahnya kepercayaan pelanggan akan berdampak loyalitas pelanggan.¹⁴

4. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan sumber-sumber lainnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen seseorang dalam mengambil keputusan pembelian sebuah barang atau jasa, yaitu:

- a. Faktor budaya, terdiri dari budaya, subbudaya, dan kelas sosial
- b. Faktor sosial, terdiri dari keluarga, peran, kelompok referensi, dan status
- c. Faktor pribadi, terdiri dari usia, pendidikan, pekerjaan, dan gaya hidup
- d. Faktor psikologis, terdiri dari motivasi, pembelajaran, dan memori.

Pada kenyataannya, kepuasan dan perilaku konsumen dipengaruhi oleh hak-hak sebagai berikut:

- a. Nilai guna barang dan jasa yang dikonsumsi. Kemampuan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen

¹⁴ K. A. Padmawati, G. P. A. J. Susila, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Biro Travel Haji dan Umroh ", *Jurnal, Manajemen*, Vol. 8 No. 3, Bulan Desember, Tahun 2022.

- b. Kemampuan untuk mendapatkan barang dan jasa. Daya beli dari income konsumen dan ketersediaan barang dipasar.
- c. Kecenderungan konsumen dalam menentukan pilihan konsumsi menyangkut pengalaman masa lalu, budaya, selera, serta nilai-nilai yang dianut seperti agama, adat istiadat.¹⁵

Perilaku konsumtif adalah perbuatan seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa, tanpa menggunakan pertimbangan akal dan pertimbangan kebutuhan. Pada umumnya individu mempunyai sifat konsumtif karena dipengaruhi oleh iklan, hegemoni, serta keinginan mengikuti trend atau gaya hidup untuk mendapatkan pengakuan atas dirinya sendiri.

Kebutuhan adalah sesuatu yang harus dipenuhi untuk mempertahankan keberlangsungan hidup seseorang. Sedangkan keinginan berkaitan dengan hasrat yang belum tentu akan mendatangkan manfaat atas produk yang dikonsumsi. Terkait dengan hal tersebut, perilaku konsumen muslim harus dilandasi atas nilai syariah yang terkandung di dalam Al-Qur'an dan Hadits. Semisal tidak berlebihan dalam mengkonsumsi.¹⁶

¹⁵ Fachrudin Fiqri Affandy “Perilaku Konsumen Muslim di Indonesia Terhadap Ibadah Umroh: Antara Ubudiyah dan Gaya Hidup”, Jurnal Kajian Ekonomi Vol 1 No 2, 2020.

¹⁶ *Ibid.*

C. Biro Perjalanan Haji dan Umroh

1. Pengertian Biro Perjalanan Haji dan Umrah

Biro perjalanan adalah Usaha jasa komersial yang mengatur, menyediakan dan mengadakan pelayanan bagi seseorang atau kelompok untuk melakukan perjalanan dengan tujuan tertentu.

Sedangkan biro perjalanan haji dan umrah adalah perjalanan yang disediakan khusus untuk keberangkatan para calon jamaah haji dan umrah.¹⁷

2. Pengertian Haji dan Umroh

Dalam Kamus Bahasa Indonesia haji adalah rukun islam yang kelima, kewajiban ibadah yang harus dilakukan oleh orang Islam yang mampu dengan mengunjungi ka'bah di Masjidil haram pada bulan haji dan mengamalkan amalan-amalan haji (seperti ihram, tawaf, sa'I dan wukuf).

Menurut Bahruddin HS. Pengertian haji adalah sengaja berkunjung menziarahi ka'bah yang terletak di masjidil haram di makkah, dengan niat menunaikan ibadah haji yaitu rukun Islam yang kelima memenuhi perintah Allah. Menurut Sabiq. Haji adalah perjalanan menuju makkah dengan tujuan untuk melaksanakan thowaf, sa'i, wukuf (bermalam) di Arofah dan beberapa ibadah yang lain sebagai bentuk pemenuhan atas perintah Allah SWT. Dari beberapa pendapat yang ada tentang pengertian haji, dapat dipahami bahwa, Ibadah haji adalah berkunjung ke Baitullah (ka'bah)

¹⁷ Rini Eka Sari,Novi Yunita,"*Perencanaan Perjalanan Wisata*",(Bogor: linden Besteri 2020)

untuk melakukan beberapa amalan, antara lain: wukuf, tawaf, sa'i dan amalan lainnya pada masa tertentu, demi memenuhi panggilan Allah SWT dan mengharapkan ridho-Nya. Haji merupakan rukun Islam kelima yang pelaksanaannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu antara tanggal 8 sampai dengan 13 Dzulhijjah setiap tahunnya.¹⁸

3. Macam-Macam Haji dan Umroh

Ada 3 macam haji, yakni haji *tamattu*, haji *ifrad*, dan haji Al-Qu'ran:

a. Haji *Tamattu*

Mengerjakan umrah terlebih dahulu baru mengerjakan haji.

b. Haji *Ifrad*

Mengerjakan haji terlebih dahulu baru mengerjakan umrah dan diselingi tahallul.

c. Haji *Qiran*

Mengerjakan haji dan umrah bersama-sama tanpa diselingi *Tahallul*

Adapun Umrah itu sendiri terbagi menjadi dua, yaitu umrah wajib dan umrah sunat:

¹⁸ Furqon Mukminin, "manajemen pelayanan biro perjalanan haji dan umrah (Studi Kasus di Sultan Agung Tour & Travel Semarang)", Skripsi, (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Tahun 2020).

1) Umrah Wajib

Umrah yang pertama kali dilaksanakan disebut juga umratul islam dan umrah sunat. Dan juga umrah yang dilaksanakan karena nazar.

2) Umrah Sunah

Umrah yang dilaksanakan setelah umrah wajib baik yang kedua kali dan seterusnya dan bukan karena nazar.¹⁹

4. Syarat, Rukun Wajib Haji dan Umrah

a. Syarat Haji dan Umrah

Syarat haji dan umrah pada dasarnya sama tidak ada perbedaan antara haji dan umrah. Syarat tersebut ialah ketentuan-ketentuan yang harus dimiliki oleh seseorang untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah. Para ulama hukum Islam (*Fuqaha*) telah bersepakat bahwa syarat-syarat wajib ibadah haji dan umrah adalah:

- 1) Islam
- 2) Baligh
- 3) Berakal
- 4) Orang merdeka
- 5) Mampu (*istitha'ah*)

¹⁹ *Ibid.*

b. Rukun Haji dan Umrah

Rukun haji dan umrah adalah amalan-amalan haji yang harus dilaksanakan dan apabila ditinggalkan salah satunya maka haji maupun umrahnya tidak sah. Adapun perbedaan antara rukun dalam berhaji dan berumrah. Rukun-rukunnya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Rukun Haji dan Umrah

No	Haji	Umrah
1	Ihram	Ihram
2	Wukuf di Arafah	-
3	Thawaf Ifadhah	Thawaf Ifadhah
4	Sa'i	Sa'i
5	Bercukur untuk tahallul	Bercukur untuk tahallul
6	bermalam di Muzdalifah	-
7	Bermalam di Mina	-
8	Thawaf Wada''	-

c. Wajib Haji dan Umrah

Menurut Ishak Farid Amalan yang dilakukan oleh seseorang yang melakukan ibadah haji. Para ulama yang mengelompokkan kepada rukun dan wajib haji yang didalamnya terkandung perbuatan-perbuatan sunat. Yang dimaksud rukun haji adalah amaliyah yang harus dilakukan, dan jika ditinggal hajinya tidak sah dan tidak bisa diganti dengan benda. Sedangkan yang disebut wajib haji adalah amaliyah yang jika ditinggal bisa diganti dengan denda, dengan demikian hajinya sah. Ishak Farid juga menyebutkan bahwa menurut Abdurrahman Al Jazari dalam kitabnya Al Fiqhu „ala AlMazhab Al Arba''ah amaliyah yang rukun ada 4 yaitu: Ihram,

Thawaf Ifadhah, Sa'i antara Sofa dan Marwa, dan Wukuf di Arafah. Sedangkan amaliyah yang wajib ada 3 yaitu: Melempar Jumrah, Mabit di Mina dan hadir di Muzdalifah. Sedangkan menurut Abu Hamid Al Ghazali dalam buku karangan Ishak menyebutkan bahwa Rukun haji ada 5 yaitu empat rukun diatas dan bercukur. Sedangkan yang wajib ada 6 yaitu: Ihram di Miqot, Melempar Jumrah, meneruskan Wukuf di Arafah sampai matahari terbenam, menginap di Muzdalifah, menginap di Mina dan Tawaf Wada'.²⁰

²⁰ *Ibid.*

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) merupakan suatu metode dalam penyelesaian permasalahan yang diteliti melalui penggambaran keadaan objek penelitian yang berdasarkan pada fakta real di lapangan.¹

Berdasarkan permasalahan yang ditemui, peneliti ingin melakukan penelitian tentang strategi promosi biro perjalanan haji dan umroh di PT Arminareka Perdana Metro terhadap minat masyarakat yang berkaitan dengan judul yang akan diteliti.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yaitu sebuah penelitian dilaksanakan melalui uraian dari suatu fenomena atau kejadian yang sedang terjadi berdasarkan susunan pertanyaan yang sudah disiapkan pada saat wawancara. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini diawali dengan munculnya permasalahan, kemudian menentukan informasi yang diperlukan, dilanjutkan dengan mengumpulkan data melalui wawancara, data yang sudah terkumpul selanjutnya diolah dan disimpulkan.²

¹ Kris H. Timotius, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Andi, 2017).

² Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, cet. Ke-7 (Jakarta: Kencana, 2017).

Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan, peneliti ingin mendeskripsikan strategi promosi biro perjalanan haji dan umroh di PT Arminareka Perdana Metro terhadap minat masyarakat.

B. Sumber Data

Menurut Lexy J. Moleong, sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.³ Sumber data merupakan objek yang memberikan data ataupun informasi penelitian yang dibutuhkan, sumber data dapat berupa benda, keadaan, manusia, ataupun dokumentasi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder, adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama, seperti dari hasil wawancara atau dari hasil pengisian kuisioner yang telah dilakukan oleh peneliti, yakni peneliti yang melakukan sendiri observasi baik di lapangan atau laboratorium.⁴ Sumber data ini dicari dari narasumber atau responden, yaitu orang yang dijadikan obyek penelitian ataupun orang yang dijadikan sarana untuk menggali informasi ataupun data yang dibutuhkan.

³ Lexy. J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakaya, 2012).

⁴ Dergibson Siagin Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000).

Dalam penelitian ini penulis memperoleh data langsung dari dua karyawan serta manager, dan enam jamaah umroh pada Travel Haji dan Umroh PT. Arminareka Perdana Metro.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder ialah data primer yang telah diolah dan disajikan oleh pihak lain, yang dapat digunakan oleh penulis guna memberikan gambaran tambahan, informasi pelengkap, ataupun untuk dapat diproses lebih lanjut lagi.⁵ Didalam penelitian ini penulis mengutip dari buku-buku, jurnal, skripsi, dan lain sebagainya yang berisikan tentang informasi yang berkaitan tentang strategi promosi biro perjalanan haji dan umroh di PT Arminareka Perdana Metro terhadap minat masyarakat.

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yaitu prosedur sistematis dan standar yang digunakan untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan.⁶ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data seperti:

1. Wawancara

Wawancara adalah sebuah metode untuk mengumpulkan keterangan dengan secara lisan dari responden secara langsung untuk mendapatkan sebuah informasi yang di butuhkan. Wawancara dilakukan dengan melibatkan dua belah pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan

⁵ *Ibid.*

⁶ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Sukses Offest, 2011).

pertanyaan untuk menggali informasi dan responden yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang di ajukan.⁷

Adapun narasumber dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan-karyawan serta jamaah PT. Arminareka Perdana Metro. Dengan teknik narasumber mengajukan pertanyaan kepada Ibu Ttitik Setyani, Mba Andini, dan Mba Lia selaku karyawan pada PT. Arminareka Perdana Metro.

2. Dokumentasi

Dokumentasi ialah sebuah metode pengumpulan data dengan cara melihat dan mencatat suatu laporan yang telah tersedia. Metode ini dilakukan dengan cara melihat dokumen resmi seperti catatan-catatan, dan buku-buku peraturan yang ada.⁸ Tujuan peneliti menggunakan metode dokumentasi ini yaitu agar dapat mempermudah peneliti dalam proses pengkajian mengenai data-data yang berkaitan dengan strategi promosi biro perjalanan haji dan umroh di PT Arminareka Perdana Metro terhadap minat masyarakat.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah sebuah upaya guna menata data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi dan bahan lain untuk meningkatkan pemahaman penulis tentang kasus yang diteliti.⁹

⁷ *Ibid.*

⁸ *Ibid.*

⁹ Neon Muhajirin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Reka Sarasin, 2002).

Teknik analisis data dilakukan setelah proses pengumpulan data, tujuannya adalah untuk menyederhanakan data sehingga mudah untuk menelaah data. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Metode analisis deskriptif ialah metode penelitian dengan gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fenomena yang tengah diselidiki.

Metode berfikir yang peneliti lakukan adalah metode berfikir induktif. Metode berfikir induktif adalah metode berfikir yang diawali dari fakta empiris. Peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mempelajari, menganalisis, menafsirkan, dan menarik kesimpulan dari fenomena yang terjadi di lapangan.¹⁰

Berdasarkan keterangan di atas maka analisis data dalam penelitian ini menggunakan data-data yang diperoleh dalam bentuk uraian kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yaitu dari informasi tentang strategi promosi biro perjalanan haji dan umroh di PT Arminareka Perdana Metro terhadap minat masyarakat.

¹⁰ Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya PT. Arminareka Perdana Kota Metro

PT. Arminareka Perdana Kota Metro dipimpin oleh seorang leader yaitu Iwan Dwi Jayanto berdiri sejak tahun 2015 yang beralamatkan di Jalan Khairbras Metro Barat. Sejak tahun 2015 Arminareka Perdana Kota Metro memberangkatkan jamaah setiap bulannya mulai dari daerah Kota Metro sampai menyebar dari berbagai kota di Lampung. Arminareka Perdana Kota Metro mempunyai visi misi untuk membantu sebanyaknya jamaah ke tanah suci, mengedepankan pelayanan khususnya jamaah lansia.

Dari tahun ke tahun Arminareka Perdana Kota Metro semakin berkembang banyak jamaahnya dan pada akhir tahun 2019 memutuskan untuk membuka kantor manajemen dan pemasaran di Jalan K.H Dewantara Kampus Metro yang berpusat pada pemasaran, strategi dan pengembangan manager area di berbagai daerah dan kantor yang di Jalan Khairbras Metro Barat khusus untuk kantor keberangkatan dan kantor logistik. Pada tahun 2023 PT. Arminareka Perdana Kota Metro berpindah lokasi yang berada di Jl. Way No. 11 Yosorejo, Metro Timur.

Sasaran dan tujuan Arminareka Perdana Kota Metro dengan tujuan yang berpatokan pada visi misi yaitu membantu sebanyaknya umat

muslim ke tanah suci dan memberikan solusi kemudahan untuk berangkat ke tanah suci.¹

2. Visi dan Misi

Dalam hal pencapaian suatu tujuan di perlukan suatu perencanaan dan tindakan nyata untuk dapat mewujudkannya, dimana visi dan misi perusahaan PT. Arminareka Perdana Metro adalah sebagai berikut:

Visi:

“Berdiri, Mencari Pahala, dan Solusi Gratis Pelunasannya”.

Misi:

- a. Mengajak masyarakat untuk ibadah umrah dan haji.
- b. Meningkatkan taraf hidup keluarga dan masyarakat.
- c. Arminareka Perdana memberikan solusi.²

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan-hubungan diantara fungsi-fungsi, bagian-bagian atau posisi-posisi maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan, tugas, wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi.

Struktur ini mengandung spesialisasi kerja, standarisasi, koordinasi atau desentralisasi dalam pembuatan keputusan dan besaran (ukuran) suatu kerja. Suatu struktur organisasi sangat mempengaruhi perilaku dalam

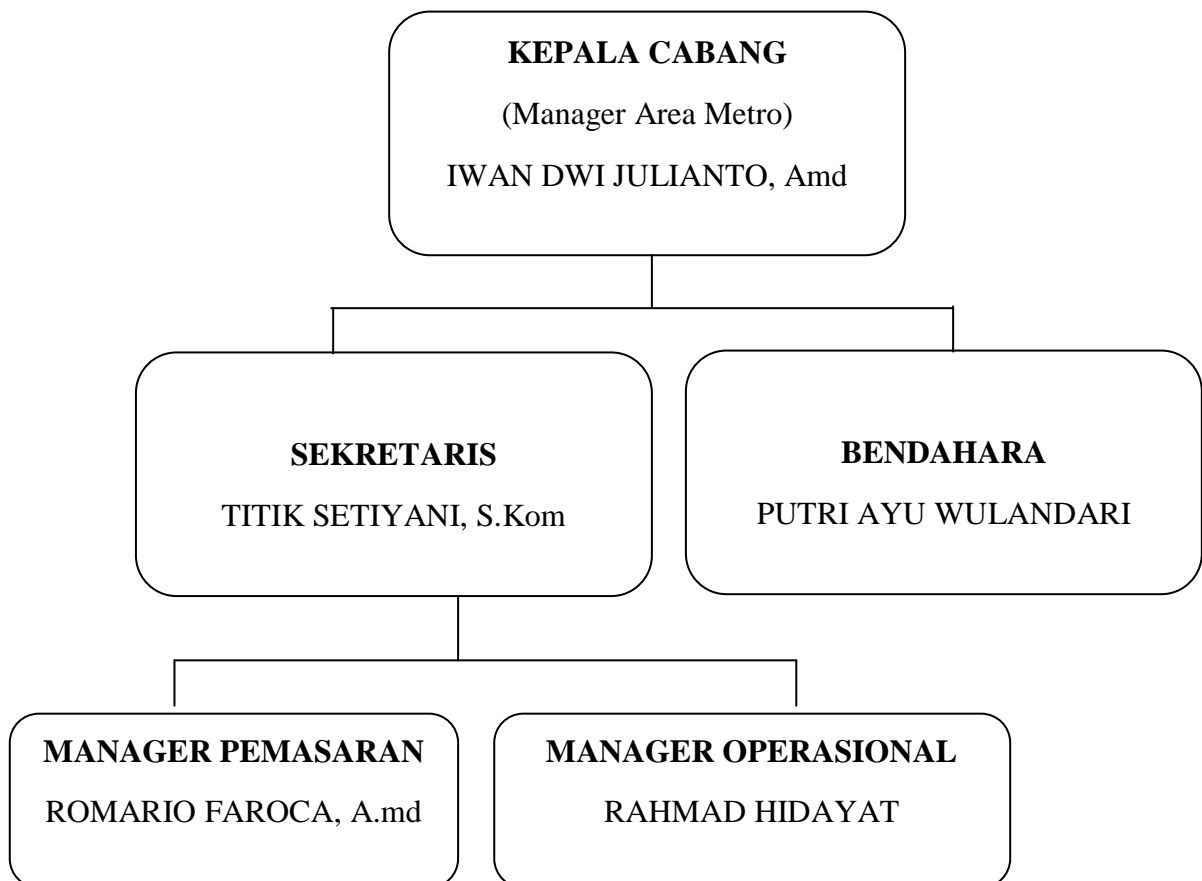
¹ Wawancara dengan Ibu Titiek Setyani selaku Sekretaris, pada tanggal 16 oktober 2023 di kantor cabang PT. Arminareka Perdana Metro

² Wawancara dengan Mba Dini selaku staff, pada tanggal 16 oktober 2023 di kantor cabang PT. Arminareka Perdana Metro

struktur tersebut, dimana struktur organisasi adalah tugas yang diterima oleh setiap personalia dengan siapa mereka bekerja sama, dengan siapa mereka menjadikan interaksi dan kepada siapa mereka melaporkan hasil kerjanya.

Berikut adalah struktur organisasi PT. Arminareka Perdana Kota Metro:³

Gambar 4.1
Struktur organisasi PT. Arminareka Perdana Kota Metro



³ Dokumentasi PT. Arminareka Perdana Metro

B. Strategi Promosi Biro Perjalanan Haji dan Umroh di PT. Arminareka

Perdana Metro terhadap Minat Masyarakat

Dalam menjalankan aktivitasnya sebagai perusahaan jasa PT. Arminareka Perdana Metro 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. Arminareka Perdana Metro memiliki strategi promosi yang baik dan benar agar dapat bersaing dengan yang lain. Strategi promosi ini merupakan bagian dari bauran promosi dan berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan strategi promosi yang dapat di kendalikan oleh pemimpin perusahaan, untuk mencapai tujuan perusahaan dalam bidang pemasaran.

Oleh karena itu, berikut ini adalah strategi promosi biro perjalanan haji dan umroh di PT. Arminareka Perdana Metro terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa yang ditawarkan.

1. *Periklanan*

Periklanan suatu bentuk promosi dengan menggunakan media cetak maupun media elektronik (non personal). Periklanan dapat juga dilakukan melalui media seperti televisi, radio, surat kabar, dan juga iklan media social. Dalam periklanan PT Arminareka Perdana Metro menggunakan iklan media social, yaitu facebook dan Instagram.

Seperti yang diungkapkan oleh mba Dini selaku staff PT. Arminareka Perdana Metro:

“Kalo media sosial kita pakenya facebook dan Instagram, jadi di facebook dan Instagram itu kami sering upload produk-produk atau kegiatan-kegiatan lainnya”⁴

Gambar. 4.2

Brosur PT. Arminareka Perdana Metro



Adapun juga wawancara dengan salah satu jamaah umrah yaitu Ibu Sundariyah, beliau mengatakan bahwa :

“saya mengetahui PT Arminareka melalui iklan postingan yang berada di facebook, kebetulan sesuai dengan yang saya butuhkan, serta bertanya melalui pesan di facebook pun respon nya sangat cepat.”⁵

PT. Arminareka Perdana Metro berusaha semaksimal mungkin untuk meyakinkan masyarakat terhadap produk yang mereka pasarkan supaya masyarakat ingin menggunakan jasa layanan dari perusahaan.

⁴ Wawancara dengan Mba Dini selaku staff, pada tanggal 23 oktober 2023 di kantor cabang PT.Arminareka Perdana Metro

⁵ Wawancara dengan Ibu sundariyah selaku Jamaah, pada tanggal 25 oktober 2023 di kediaman Ibu Sundariyah

Untuk meyakinkan masyarakat bukan sebuah hal yang mudah karena masyarakat memiliki kebutuhan yang berbeda-beda oleh karena itu PT. Arminareka Perdana Metro memiliki cara tersendiri dalam meyakinkan masyarakat.

2. Promosi Penjualan

Promosi penjualan suatu bentuk persuasi langsung dengan cara penurunan harga, pemberian hadiah, dan juga pemberian diskon yang tujuannya agar dapat meningkatkan daya tarik konsumen baru dan membeli lebih banyak produk.

PT Arminareka Perdana Metro memberikan promosi kepada masyarakat yaitu, 1. Gratis biaya pembuatan passport, 2. Gratis biaya suntik meningitis, 3. Memberikan potongan harga apabila yang berangkat suami istri. Dengan 2 pilihan system pembayaran yaitu, 1. Pembayaran lunas dengan pembayaran DP Rp. 3.400.000.000 perjamaah dan pelunasan maksimal 1 bulan sebelum keberangkatan, 2. Dengan system menabung perbulan minimal Rp. 500,000.000 boleh dibayar 2-3 kali perbulannya sampe lunas sesuai pemberangkatan dan harga pada saat pemberangkatannya.

Adapun juga wawancara dengan salah satu jamaah umrah yaitu dengan ibu Marsinah, beliau mengatakan bahwa:

“Menurut saya diskon dan harga yang di tawarkan oleh PT. Arminareka Perdana Metro ini sudah sesuai dengan harga pasaran yang ada pada saat ini”.⁶

⁶ Wawancara dengan Ibu Marsinah selaku Jamaah, pada tanggal 30 oktober 2023 di kediaman Ibu Marsinah

Menurut Ibu Lutfiah sebagai jamaah, beliau mengatakan bahwa:

“Menurut saya diskon untuk pasangan suami istri sangat efektif dan harga yang di tawarkan oleh PT. Arminareka Perdana Metro ini cukup bervariasi dengan harga yang terjangkau dan fasilitas yang memuaskan”⁷

3. *Penjualan Personal*

Penjualan personal dilakukan melalui door to door, membuat pameran, dan juga stand penjualan sehingga menghasilkan komunikasi yang lebih fleksibel antara penjual dan pembeli. PT Arminareka Perdana Metro melakukan kerjasama dengan para mitra/agen, dengan mengajak ibu-ibu rumah tangga untuk berkerjasama mempromosikan PT Arminareka Perdana Metro untuk menambahkan penghasilan, di rekomendasikan kepada kerabat/keluarga yang sudah pernah berangkat, mengajak dan mengikuti pengajian majelis ta’lim dengan bergabung bersama untuk menjelaskan dan mempromosikan PT Arminareka Perdana Metro secara langsung dan kumpul bersama di majelis ta’lim.

Seperti yang di ungkapkan oleh bapak Riyanto selaku jamaah, beliau mengatakan:

“Saya mengetahui PT. Arminareka Perdana Metro karena di promosikan atau di rekomendasikan oleh kerabat saya sendiri, karena beliau sudah melakukan perjalanan bersama PT. Arminareka Perdana

⁷ Wawancara dengan Ibu Lutfiah selaku Jamaah, pada tanggal 30 oktober 2023 di kediaman Ibu Lutfiah

Metro, dan saya merasakan puas bisa melakukan perjalanan ke tanah suci bersama PT. Arminareka Perdana Metro”.⁸

4. *Pemasaran Langsung (Direct Selling)*

Pemasaran langsung dilakukan untuk mendapatkan respon pembelian terhadap produk yang ditawarkan disembarang lokasi seperti media email, telepon, surat kabar, dan lain sebagainya.

PT Arminareka Perdana Metro melakukan promosi ini dengan mengirim melalui email di kirimkan secara acak kepada masyarakat dengan email. Promosi ialah suatu aktivitas untuk menginformasikan produk atau jasa kita kepada konsumen. Setiap perusahaan memiliki cara tersendiri untuk mempromosikan produknya.

Adapun wawancara dengan salah satu jamaah umroh, yaitu Bapak Bastuti, beliau mengatakan bahwa :

“Saya mengetahui PT Arminareka Perdana Metro melalui email, dengan di kirimkan promosi terkait PT Arminareka Perdana Metro yang dikirimkan melalui email pribadi saya.”⁹

5. *Publisitas*

Publisitas digunakan dalam rangka meningkatkan citra merek perusahaan di masyarakat yang lebih terperinci daripada iklan dan lebih

⁸ Wawancara dengan Bapak Riyanto selaku Jamaah, pada tanggal 27 oktober 2023 di kediaman Bapak Riyanto

⁹ Wawancara dengan Bapak Bastuti selaku Jamaah, pada tanggal 27 oktober 2023 di kediaman Bapak Bastuti

besar dari hubungan masyarakat. PT Arminareka Perdana Metro melakukan kerjasama dengan pondok pesantren serta para ustad.

Dengan memberikan fasilitas di pondok pesantren agar fasilitas dalam mempromosikan cukup memadai (memberikan sponsor). Menggandeng para ustad untuk berkerjasama dan membiayai dalam mengadakan kajian dan mempromosikan PT Arminareka Perdana Metro.

Berikut ini hasil wawancara dengan ibu Titiek:

“Dalam kegiatan promosi kami menggandeng yayasan pondok pesantren dan para ustadz yang memiliki jamaah sudah banyak karena biasanya masyarakat sekarang cenderung lebih percaya dengan para ulama jadi setiap pondok pesantren mendapatkan jamaah yang mau berangkat menggunakan jasa PT. Arminareka Perdana Metro kami akan memberikan tanda terimakasih.”¹⁰

Adapun wawancara dengan jamaah umroh, yaitu Bapak Apri, beliau mengatakan bahwa :

“Menurut saya berkerjasama dengan yayasan pondok pesantren sudah sangat efektif karena zaman sekarang orang lebih mempercayai para ustad/kiyai dan berkerjasama dengan mengikuti kumpul bersama majelis ta’lim agar selalu bisa berkumpul dan bertatap muka secara langsung.”¹¹

Dalam hal ini PT. Arminareka Perdana Metro mengutamakan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada jamaah. Proses

¹⁰ Wawancara dengan Ibu Titiek selaku sekretaris, pada tanggal 31 oktober 2023 di kantor cabang PT. Arminareka Perdana Metro

¹¹ Wawancara dengan Bapak Apri selaku Jamaah, pada tanggal 27 oktober 2023 di kediaman Bapak Apri

pemberangkatan umroh juga mudah. PT. Arminareka Perdana Metro sudah siap untuk mengurus semua persyaratan keberangkatan umroh mulai dari pendaftaran, pengurusan paspor, cek kesehatan dan pengurusan visa. Jamaah hanya menyiapkan berkas-berkas data yang dibutuhkan. Kemudian jamaah hanya perlu menyiapkan apa saja yang dibutuhkan untuk persyaratan dan menunggu waktu untuk melaksanakan manasik umroh dengan pembimbing yang berpengalaman di bidangnya. Hingga menunggu jadwal keberangkatan ke tanah suci.

C. Analisis Strategi Promosi Biro Perjalanan Haji dan Umroh di PT. Arminareka Perdana Metro terhadap Minat Masyarakat

Berdasarkan hasil dari analisis yang peneliti lakukan diketahui bahwa strategi promosi yang digunakan PT. Arminareka Perdana Metro dalam menjalankan usahanya sebagai perusahaan jasa lebih banyak menggunakan promosi baik melalui media sosial facebook dan instagram, menggerakkan dari beberapa mitra, usul dari kerabat/saudara yang sudah pernah mendaftar/berangkat, dan lembaga-lembaga islam seperti bergabung bersama yayasan pondok pesantren, para ustad dan kiyai, pengajian kajian majelis ta'lim di masjid/musholla dengan masuk mengikuti pengajian memberikan sosialisasi terhadap ibu-ibu maupun bapak-bapak pengajian yang masyarakat sendiri pun masih kurang memahami terkait biro travel haji dan umroh yang sesuai dengan perizinannya, proses pembayaran, dan bagaimana selanjutnya.

1. *Periklanan*

Hasil dari analisis yang peneliti lakukan, strategi PT. Arminareka Perdana Metro dalam mengeluarkan periklanan sebenarnya tidak jauh berbeda dengan travel-travel lainnya yang bergerak di bidang yang sama.

Strategi PT. Arminareka Perdana Metro gunakan sudah sesuai dengan bauran promosi yaitu dengan mengembangkan periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran langsung (direct selling), dan publisitas.

Menurut jamaah periklanan melalui media social facebook dan instagram yang ditawarkan oleh PT. Arminareka Perdana Metro ini sama dengan biro jasa yang lainnya hanya saja yang membedakan yaitu namanya saja karena setiap perusahaan pasti memiliki kriteria atau keunikan mereka masing-masing untuk menarik minat calon jamaah.

2. *Promosi Penjualan*

Hasil analisis peneliti terhadap promosi penjualan yang ditawarkan sudah sesuai dengan fasilitas dan kenyamanan yang di berikan pada jamaah, dan dalam penentuan harga diskon produknya PT. Arminareka Perdana Metro tetapkan dengan menghitung total biaya yang dikeluarkan terlebih dahulu kemudian PT. Arminareka Perdana Metro menetapkan harganya yang di diskon untuk dijual ke konsumen, fasilitas yang diberikan sesuai dengan harganya semakin lengkap dan bagus fasilitas yang diterima maka harganya semakin tinggi. Dengan memberikan beberapa penawaran harga menarik, dan mendapat diskon untuk pasangan

suami istri yang berangkat, serta gratis vaksin itu sudah cukup efektif dalam menarik minat jamaah agar tetap memilih bersama biro perjalanan haji dan umroh PT Arminareka Perdana Metro.

Adapun jamaah mengatakan bahwa harga diskon yang diberikan oleh PT. Arminareka Perdana Metro masih sesuai dengan harga pasaran yang ada saat ini.

Jadi penetapan harga dengan memberikan diskon yang di berikan oleh PT. Arminareka Perdana Metro sudah sesuai dengan apa yang di dapatkan oleh konsumen/jamaah. Semakin tinggi harga paket umrah nya maka semakin bagus dan lengkap fasilitas yang diterima oleh jamaah.

Karena setelah peneliti teliti promosi dengan memberikan diskon potongan harga di PT. Arminareka Perdana Metro lumayan lebih miring daripada agent travel yang lainnya.

3. *Penjualan Personal*

Hasil analisis yang peneliti lakukan, Penjualan personal dilakukan melalui door to door, membuat pameran, dan juga stand penjualan sehingga menghasilkan komunikasi yang lebih fleksibel antara penjual dan pembeli. PT Arminareka Perdana Metro melakukan kerjasama dengan para mitra/agen, dengan mengajak ibu-ibu rumah tangga untuk berkerjasama mempromosikan PT Arminareka Perdana Metro untuk menambahkan penghasilan, di rekomendasikan kepada kerabat/keluarga yang sudah pernah berangkat, mengajak dan mengikuti pengajian majelis ta'lim dengan bergabung bersama untuk menjelaskan dan mempromosikan

PT Arminareka Perdana Metro secara langsung dan kumpul bersama di majelis ta'lim.

Dengan cara promosi seperti ini terjadi pertemuan secara langsung antara penjual dengan pembeli, sehingga meyakinkan para jamaah untuk menggunakan PT Arminareka Perdana Metro karena bertemu dan dijelaskan secara kumpul bersama dan tidak perlu khawatir.

4. *Pemasaran Langsung (Direct Selling)*

Strategi promosi yang dilakukan PT. Arminareka Perdana Metro dalam mempromosikan produknya hanya menggunakan melalui mengirim email secara acak kepada masyarakat/calon jamaah.

Sehingga masyarakat yang tidak mengerti media social bisa terbantu melalui email yang di kirimkan oleh PT Arminareka Perdana Metro, dan mengetahui biro perjalanan haji dan umroh tersebut.

Sehingga masyarakat mengetahui keberadaan PT. Arminareka Perdana Metro.

5. *Publisitas*

Peneliti menganalisis bahwa dari semua bauran promosi yang di gunakan, promosi inilah yang sangat berpengaruh besar. Dengan berkerjasama melalui yayasan pondok pesantren serta ustad/kiyai yang sudah di pandang oleh masyarakat.

Dengan memberikan fasilitas di pondok pesantren agar fasilitas dalam mempromosikan cukup memadai (memberikan sponsor). Menggandeng para ustadz untuk berkerjasama dan membiayai dalam

mengadakan kajian dan mempromosikan PT Arminareka Perdana Metro itu sudah cukup efektif.

Pendapat dari pimpinan PT. Arminareka Perdana Metro dibenarkan oleh calon jamaah yang akan mendaftar dan yang sudah berangkat melaksanakan menggunakan PT. Arminareka Perdana Metro mereka puas dengan yang diberikan oleh pihak travel dan di jelaskan dengan secara baik dan jelas serta beliau kerja secara professional.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Arminareka Perdana Metro dalam menarik minat calon jamaah haji dan umroh, sudah menggunakan bauran promosi seperti, Periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran langsung (direct selling), dan publisitas. Promosi yang dilakukan menggunakan kerja sama dengan agen/mitra, bergabung bersama majelis ta'lim, pondok pesantren dan ustadz, serta media social. Factor yang paling mempengaruhi terhadap minat masyarakat yaitu dengan promosi melalui agen/mitra, rekomendasi dari yang sudah pernah berangkat menggunakan PT Arminareka Perdana Metro, dan promosi melalui kerjasama dengan pondok pesantren serta ustad/kiyai. Sehingga strategi promosi yang diterapkan oleh PT. Arminareka Perdana Metro sudah sangat efektif dan dapat menarik minat jamaah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka disarankan agar PT. Arminareka Perdana Metro strategi promosinya harus di tingkatkan lagi, pada social media Instagram, seperti bekerja sama dengan influencer atau selebgram Instagram. Agar strategi yang digunakan tidak hanya itu saja, agar lebih menarik minat calon jamaah untuk memilih PT. Arminareka Perdana Metro sebagai travel

perjalanan ibadah haji dan umroh dan tetap menjaga serta meningkatkan mutu pelayanan agar calon jamaah terus menggunakan dan bergabung bersama PT. Arminareka Perdana Metro.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmat Afandi Setyawan¹, Ratna Ekasari², Nuning Nurna Dewi, “*Pengaruh Produk, Harga, Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Lele Di Sidoarjo*” *Jurnal*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMAHA Vol. 3, No. 1, Tahun 2020.
- Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Sukses Offset, 2011)
- Andika Segara, *Perlindungan Hukum Bagi Jamaah Haji dan Umroh Dalam Perjanjian Perjalanan Ibadah Melalui PT Zafa Mulia Mandiri*, Palembang,
- Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT refika Aditama, 2012).
- Ayu Retno Sari, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung di Bank Syariah”, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 4.
- David Ahmad Yani, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Warga Menabung Pada Bank Syariah Di Kelurahan Sumberrejo Sejahtera Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung” (Vol. 03, Issue 01), *Jurnal* tahun 2020
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemah nya* (Surabaya: Duta Ilmu, 2010)
- Dergibson Siagin Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000)
- Dicky Kurniawan, “Manajemen Biro perjalanan Ibadah Haji dan Umrah PT. Niat Suci Kebaitullah dalam memberikan pelayanan terhadap para jamaah”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarifkasim Riau tahun 2022.
- Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2017), Cetakan 1.
- Furqon Mukminin,” *MANAJEMEN PELAYANAN BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMRAH (Studi Kasus di Sultan Agung Tour & Travel Semarang)*”, Skripsi, (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Tahun 2020
- Hasan Alwi, *Kamus Umum Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007)
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, cet. Ke-7 (Jakarta: Kencana, 2017)
- K. A. Padmawati, G. P. A. J. Susila,” *Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa J&T*

Express Di Kecamatan Buleleng”, Jurnal, Manajemen, Vol. 8 No. 3, Bulan Desember, Tahun 2022.

Kila Suraini,” Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Jiwa Syariah (Studi Pada Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Banda Aceh” Skripsi, (universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh: 2021).

Kris H. Timotius, Pengantar Metodologi Penelitian (Yogyakarta: Andi, 2017)

Lexy. J Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi, (Bandung: PT. Remaja Rosdakaya, 2012)

Lisani Khasanah, “Minat Masyarakat Hargomulyo Menabung di BMT EL-Mentari 134 Hargomulyo, Perpustakaan IAIN Metro, 2017.

M Nur Riyanto Al Arif, Lembaga Keuangan Syariah, (Bandung: CV Pustaka Setia).

Nabela Sukma Melati, “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)”, Skripsi,. IAIN Metro tahun 2021

Neon Muhajirin, Metode Penelitian Kualitatif, (Yogyakarta: Reka Sarasin, 2002)

Ni Kadek Yusnia Purnama Sari, I Wayan Pantiyasa2, I Gusti Ayu Eka Suwintari,” Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat BeliKonsumen di Mercure Bali Legian” Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis EISSN: 2828-3325 Vol 02 No 2, 2023,

Nurul Zuriah, Metodologi Penelitian Sosial, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006)

Rini Eka Sari, Novi Yunita,” Perencanaan Perjalanan Wisata”, (Bogor: linden Besteri 2020)

Umar Hasain, Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2008).

Yudrik Jahja, Psikologi Perkembangan, (Jakarta: Kencana, 2011).

Wawancara dengan Mba Dini selaku staff, pada tanggal 16 oktober 2023 di kantor cabang PT. Arminareka Perdana Metro

Dokumentasi PT. Arminareka Perdana Metro

Wawancara dengan Ibu Titiek Setyani selaku Sekretaris, pada tanggal 16 oktober 2023 di kantor cabang PT. Arminareka Perdana Metro

Wawancara dengan Ibu Marsinah selaku Jamaah, pada tanggal 30 oktober 2023 di kediaman Ibu Marsinah

Wawancara dengan Ibu Lutfiah selaku Jamaah, pada tanggal 30 oktober 2023 di kediaman Ibu Lutfiah

Wawancara dengan Ibu Sundariyah selaku Jamaah, pada tanggal 30 oktober 2023 di kediaman Ibu Sundariyah

Wawancara dengan Bapak Bastuti selaku Jamaah, pada tanggal 03 november 2023 di kediaman Bapak Bastuti

Wawancara dengan Bapak Riyanto selaku Jamaah, pada tanggal 06 november 2023 di kediaman Bapak Riyanto

Wawancara dengan Bapak Apri selaku Jamaah, pada tanggal 06 november 2023 di kediaman Bapak Apri

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 Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2623/In.28.1/J/TL.00/08/2023
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
David Ahmad Yani (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **PERMATA INDRYANI**
NPM : 1903041012
Semester : 9 (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh
Judul : STRATEGI PROMOSI BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMROH DI
PT ARMINAREKA PERDANA METRO TERHADAP MINAT
MASYARAKAT

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 02 Agustus 2023
Ketua Jurusan,



Alva Yenica Nandavita M.E.Sy
NIP 19910617 201903 2 015

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

STRATEGI PROMOSI BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMROH DI PT ARMINAREKA PERDANA METRO TERHADAP MINAT MASYARAKAT

- A. Wawancara Kepada Staff Operasional PT. Arminareka Perdana Metro
 - 1. Bagaimana sejarah dan perkembangan berdirinya PT Arminareka Perdana Metro?
 - 2. Apa visi dan misi PT Arminareka Perdana Metro?
 - 3. Bagaimana struktur organisasi PT Arminareka Perdana Metro?

- B. Wawancara Kepada Kepala Cabang Metro PT Arminareka Perdana Metro
 - 1. Apa jenis-jenis promosi yang digunakan PT Arminareka Perdana Metro?
 - 2. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan PT Arminareka Perdana Metro?
 - 3. Apa hal-hal yang diperhatikan dalam melakukan promosi pada PT Arminareka Perdana Metro?
 - 4. Apakah harga produk PT Arminareka Perdana Metro sudah sesuai dengan pasar?
 - 5. Dengan sosialisasi dan strategi yang telah di upayakan, apakah hasil sesuai dengan yang telah di upayakan?
 - 6. Bagaimana kendala-kendala promosi yang dihadapi PT Arminareka Perdana Metro?
 - 7. Bagaimana cara mengatasi kendala-kendala yang dihadapi PT Arminareka Perdana Metro?

- C. Wawancara Kepada Jamaah PT Arminareka Perdana Metro
 - 1. Apakah anda mengetahui biro jasa perjalanan PT Arminareka Perdana Metro?
 - 2. Darimana anda mengetahui biro jasa perjalanan PT Arminareka Perdana Metro?
 - 3. Kenapa anda memilih melakukan perjalanan ke tanah suci menggunakan biro jasa perjalanan PT Arminareka Perdana Metro?

4. Apakah harga yang ditawarkan PT Arminareka Perdana Metro sudah sesuai dengan pasaran?
5. Apakah lokasinya sudah strategis sehingga mudah untuk di jangkau?
6. Bagaimana alur pendaftaran di PT Arminareka Perdana Metro?
7. Adakah kendala pada saat melakukan pendaftaran di PT Arminareka Perdana Metro?
8. Adakah kemudahan memperoleh informasi pada PT Arminareka Perdana Metro ?
9. Adakah kendala memperoleh informasi pada PT Arminareka Perdana Metro?

B. Dokumentasi

1. Profil PT Arminareka Perdana Metro
2. Dokumen-dokumen PT Arminareka Perdana Metro

Metro, 22 Agustus 2023

Mengetahui,

Pembimbing



David Ahmad Yani, M.M
NIP.198404202019031008

Peneliti



Permata Indryani
NPM.1903041012

OUTLINE SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMROH DI PT ARMINAREKA PERDANA METRO TERHADAP MINAT MASYARAKAT

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

HALAMAN DAFTAR ISI

HALAMAN DAFTAR TABEL

HALAMAN DAFTAR GAMBAR

HALAMAN LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Rumusan Masalah
- D. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- E. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi Promosi
 - 1. Pengertian Strategi Promosi
 - 2. Bauran Promosi
- B. Minat Masyarakat
 - 1. Pengertian Minat
 - 2. Macam-Macam Minat
 - 3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat
 - 4. Perilaku Konsumen
- C. Biro Perjalanan Haji dan Umroh
 - 1. Pengertian Biro Perjalanan Haji dan Umroh
 - 2. Pengertian Haji dan Umroh
 - 3. Macam-Macam Haji dan Umroh
 - 4. Syarat, Rukun Wajib Haji dan Umroh

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum PT Arminareka Perdana Metro
 - 1. Sejarah Berdirinya dan Perkembangan PT Arminareka Perdana Mero
 - 2. Visi dan Misi PT Arminareka Perdana Metro
 - 3. Struktur Organisasi PT Arminareka Perdana Metro
- B. Strategi Promosi Biro Perjalanan Haji dan Umroh Di PT Arminareka Perdana Metro
- C. Analisis Strategi Promosi Biro Perjalanan Haji Dan Umroh Di PT Arminareka Perdana Metro Terhadap Minat Masyarakat

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

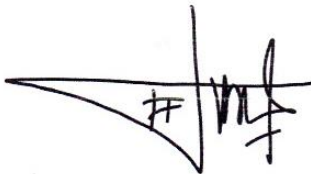
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, 22 Agustus 2023

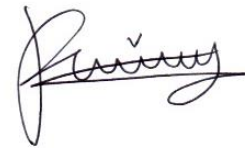
Mengetahui,

Pembimbing

Peneliti



David Ahmad Yani, M.M
NIP.198404202019031008



Permata Indryani
NPM.1903041012

Nomor : 043/ARP/Metro/November/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN PRA SURVEY**

Kepada Yth.,
Ketua Jurusan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Menanggapi surat Ketua Jurusan IAIN Metro Nomor : 3912/In.28/J/TL.01/11/2022 tanggal 17 November 2022 perihal " Izin Prasurey ", maka yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Iwan Dwi Jayanto
Jabatan : Manager PT. Arminareka Perdana Kota Metro Lampung

Menerangkan bahwa :

Nama : Permata Indryani
NPM : 1903041012
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh
Semester : 7 (Tujuh)

Telah kami setuju untuk melakukan prasurey di PT. Arminareka Perdana Kota Metro Lampung sebagai syarat menyelesaikan study.

Demikian balasan ini kami sampaikan, atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro. 30 November 2022
PT. Arminareka Perdana Metro Lampung



IWAN DWI JAYANTO

Manager



**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; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2931/In.28/D.1/TL.00/10/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
MANAGER PT ARMINAREKA
PERDANA METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-2932/In.28/D.1/TL.01/10/2023, tanggal 04 Oktober 2023 atas nama saudara:

Nama : **PERMATA INDRYANI**
NPM : 1903041012
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh

Maka dengan ini kami sampaikan kepada MANAGER PT ARMINAREKA PERDANA METRO bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT ARMINAREKA PERDANA METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PROMOSI BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMROH DI PT ARMINAREKA PERDANA METRO TERHADAP MINAT MASYARAKAT".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 04 Oktober 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 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; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-2932/In.28/D.1/TL.01/10/2023

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

Nama : **PERMATA INDRYANI**
NPM : 1903041012
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PT ARMINAREKA PERDANA METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PROMOSI BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMROH DI PT ARMINAREKA PERDANA METRO TERHADAP MINAT MASYARAKAT".
 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 : 04 Oktober 2023

Mengetahui,
Pejabat Setempat



Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001

Nomor : 046/ARP/Metro/Oktober/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan
di-
Tempat

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Menanggapi Surat Tugas Nomor : B-2932/In.28/D.1/TL.01/10/2023, tanggal 04 Oktober 2023 perihal " Izin Research ", maka yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Iwan Dwi Jayanto
Jabatan : Manager PT. Arminareka Perdana Kota Metro Lampung

Menerangkan bahwa :

Nama : Permata Indryani
NPM : 1903041012
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh
Semester : 9 (Sembilan)

Telah kami setuju untuk melakukan Research di PT. Arminareka Perdana Kota Metro Lampung sebagai syarat menyelesaikan study.

Demikian balasan ini kami sampaikan, atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Metro, 12 Oktober 2023
PT. Arminareka Perdana Metro Lampung


PT. ARMINAREKA PERDANA
KOTA METRO LAMPUNG

IWAN DWI JAYANTO
Manager



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1248/ln.28/S/U.1/OT.01/11/2023**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

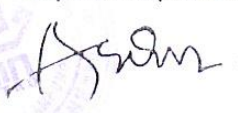
Nama : PERMATA INDRYANI
NPM : 1903041012
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen Haji dan Umroh

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 1903041012

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 15 November 2023
Kepala Perpustakaan


Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me., Ph.D.
NIP.19750505 200112 1 002



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : PERMATA INDRYANI
NPM : 1903041012

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU
Semester/TA : IX/2023

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Selasa 19/09/2023	Bimbingan APD & Outline Revisi APD & Outline	
2.	Jumat 29/09/2023	ACC APD & outline, Lanjut Bab 4 & 5.	
3.	Selasa 17/10/2023	Bab 4 Perbaiki Hasil Penelitian Perbaiki kesimpulan	

Dosen Pembimbing

David Ahmad Yani, M.M
NIP. 198404202019031008

Mahasiswa

Permata Indryani
NPM. 1903041012



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : PERMATA INDRYANI
NPM : 1903041012

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU
Semester/TA : IX/2023

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Selasa 19/12/2023	Acc Skripsi lanjut untuk di Munaqosyahkan.	

Dosen Pembimbing

David Ahmad Yani, M.M
NIP. 198404202019031008

Mahasiswa

Permata Indryani
NPM. 1903041012

FOTO DOKUMENTASI







Arminareka
Antara Anda dan Ballullah

YUK.. DAFTAR UMROH SEGERA

- Antrian Haji Reguler Lampung > 22 tahun ✓
- Dengan DP. 3,5 jt ✓
- Anda sudah terdaftar sebagai jama'ah Umroh ✓

(Arminareka Perdana Metro)

[f](#) [e](#) Umrohmetro.id (0823-7580-0040) | Jl. KH. Dewantara No. 06 Kampus, Metro Timur Kota Metro Lampung (Samping JNE Kampus)

RIWAYAT HIDUP



PERMATA INDRIYANI, Lahir di Bekasi pada tanggal 26 Januari 2001, Beralamatkan di Dusun Pancur No. 1 Kelurahan Rejo Agung Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran Lampung. Anak ke dua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Idris dan Ibu Hayati (Almh).

Peneliti menyelesaikan pendidikan di TK Mutiara Nusantara selesai pada Tahun 2007, kemudian peneliti melanjutkan pendidikan di sekolah dasar di SD Negeri Jatiasih V selesai pada Tahun 2013, kemudian peneliti melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 09 Kota Bekasi lulus pada tahun 2016 setelah menyelesaikan pendidikan di SMP peneliti melanjutkan di SMA Negeri 22 Kota Bekasi selesai pada Tahun 2019, dan peneliti melanjutkan di perguruan tinggi IAIN Metro pada tahun 2019, 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.