

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Arus globalisasi tengah melanda sendi-sendi kehidupan manusia pada umumnya dan dunia usaha pada khususnya. Hal tersebut disebabkan oleh perkembangan teknologi yang semakin canggih yang mampu memperkecil berbagai macam hambatan, baik yang datangnya dari alam maupun hambatan budaya, guna menuju suatu tatanan dunia yang tanpa batas.

Perkembangan ini terasa juga dalam dunia usaha di Indonesia, hal ini ditandai dengan banyaknya perusahaan-perusahaan travel haji dan umrah yang bermunculan, yang menyebabkan kompetisi antara perusahaan tersebut semakin tajam, sehingga menuntut para manajer untuk tampil lebih profesional dalam mengelola usaha pemasaran untuk menjamin bahwa perusahaan yang bersangkutan beroperasi secara efektif dan efisien.

Dalam usaha mencapai kesuksesan perusahaan, peranan manajer dalam memilih dan merencanakan bauran pemasaran sangat penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Akan tetapi, dengan mengembangkan bauran pemasaran, manajer harus mempertimbangkan untuk tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen saja, melainkan juga posisi industri perusahaan yang bersangkutan dibanding pesaing. Oleh karena itu, manajer pemasaran harus merancang bauran dan secara terus menerus menyesuaikan strategi-strategi tersebut dengan persaingan yang terus berubah.

Akhir-akhir ini banyak perusahaan travel yang menawarkan produk umrah. Mereka bersaing dalam menawarkan produk tersebut agar masyarakat berminat memilih di perusahaan tersebut. Untuk itulah, perusahaan dituntut untuk mampu memupuk keunggulan kompetitifnya masing-masing melalui upaya-upaya yang kreatif, inovatif serta efisien, sehingga menjadi pilihan dari banyak jamaah yang pada gilirannya nanti diharapkan berminat terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan melalui penerapan pemasaran.

Perusahaan yang gagal memahami kebutuhan, keinginan, selera dan proses keputusan beli konsumen akan mengalami kegagalan dalam pemasaran penjualannya, sehingga akan gagal juga dalam kinerja keseluruhannya. Persoalan tentang ibadah haji umrah menjadi menarik karena pada diri setiap muslim menginginkan untuk bisa pergi melakukan ibadah haji atau umrah minimal satu kali seumur hidupnya. Mempunyai impian untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah ini adalah salah satu dari isi do'a Nabi Ibrahim yang memohon kepada Allah agar umat muslim ada tumbuh rasa didalam hatinya untuk melaksanakan ibadah haji. Mencari jamaah/nasabah baru adalah hal yang sulit, namun jauh lebih sulit adalah mempertahankan jamaa/nasabah lama. Memperebutkan minat nasabah merupakan kunci terpenting untuk memenangkan persaingan.

Minat dapat diekspresikan melalaui suatu pernyataan yang menunjukkan rasa sesuatu dan dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktifitas yang memiliki suatu keinginan terhadap subjek tertentu cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap sesuatu. Oleh karena itu minat

tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh dikemudian. Minat merupakan suatu sikap yang hakiki mengikuti sertakan perhatikan individu dan memilih objek yang dirasakan menarik bagi dirinya dan minat merupakan suatu keadaan dari motivasi yang mengarahkan tingkah laku pada tujuan tertentu. Mengembangkan minat terhadap sesuatu pada dasarnya adalah membantu seseorang melihat bagaimana hubungan produk yang ada dengan apa yang menjadi kebutuhan diri sendiri, adapun faktor-faktor minat diantaranya kebutuhan hubungan kemitraan, fasilitas pelayanan, keamanan dan fleksibel (Slameto, 2010:180).

Minat merupakan puncak pencapaian pelaku bisnis travel haji dan umrah. jamaah yang puas dan setia tidak akan ragu menjadi penyebar kabar baik yang selalu menyebarkan kebaikan mengenai jasa produk haji umrah yang di konsumsinya. Mereka memiliki kreabilitas yang tinggi, karena tidak dibayar oleh manapun untuk merekomendasikan produk tersebut. Minat nasabah merupakan aspek penting kepribadian, perhatian dan minat berbarengan dengan emosi dan kemauan, menentukan khasnya kesadaran. Minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa nasabah lebih menyukai suatu hal dari pada lainnya, dapat pula ditunjukkan dengan melakukan pembelian terhadap produk, minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. Minat merupakan bagian dari mulai kesadaran sampai pada pilihan nilai. Minat merupakan perasaan dan menafsirkan untuk sesuatu hal. Minat adalah kecenderungan hati terhadap sesuatu, minat tidak timbul sendirian ada unsur kebutuhan, misalnya menabung

dan lain-lain. Minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah terus menunjukkan peningkatan yang signifikan seiring dengan semakin panjangnya antrian jamaah haji/ umrah sementara keinginan masyarakat untuk beribadah ke Tanah Suci cukup besar. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-qur'an surah Ali-Imran[3] ayat 96 :



Artinya :*“Sesungguhnya rumah yang mula-mula dibangun untuk tempat beribadat manusia, ialah Baitullah yang di Makkah yang diberkahi dan menjadi petunjuk bagi semua manusia” (QS. Ali-Imran: 96).*

Perusahaan travel haji dan umrah kian marak khususnya di Indonesia. Perkembangan perusahaan travel haji dan umrah di Indonesia telah mengalami kemajuan pesat. Hal ini disebabkan karena di Indonesia didominasi oleh kaum Muslim maka minat jamaah umrah pun semakin tinggi. Dewasa ini banyak cara yang bisa ditempuh seorang muslim di dalam mewujudkan cita-citanya untuk bisa melaksanakan ibadah haji atau umrah diantaranya dengan menabung di perusahaan travel haji dan umrah atau di bank.

Semakin banyak travel agen yang bermunculan baik travel agen baru atau cabang dari beberapa travel agen yang sudah besar dan terkenal dalam penyelenggara umrah maupun haji khusus. Di kota Pekanbaru sudah banyak berdiri beberapa perusahaan travel haji dan umrah. Perusahaan travel di Riau yang memiliki izin dan resmi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1: Perusahaan Travel Haji dan Umrah Yang Memiliki Izin dan Resmi

Perusahaan Yang Memiliki Izin di Riau dan Resmi Travel Bisa Selenggarakan Haji dan Umrah	Perusahaan Yang Memiliki Izin di Riau dan Resmi Travel Hanya Boleh Selenggarakan Umrah
<ul style="list-style-type: none"> • PT. Muhibbah Mulya Wisata Tour • PT. Pandi Kencana Murni • PT. Sela Ekspres Tour • PT. Masindo Buana Wisata • PT. Silver Silk Tour • PT. Konomas Arci Wisata • PT. Nadwa Mulya Utama • PT. Hidayah Safir • PT. Al Kalijaya Mega • PT. Nur Ramadhan 	<ul style="list-style-type: none"> • PT. Labaika Tour • Musyafir Tour • PDA Tigi Maaya • PT. Talbiyah Bina Seksama • PT. Arminareka Perdana • PT. Krakatau Cita Indonesia • Net Tour GroupPT. Zulyan Kasa Indo • PT. Riau Wisata Hati • PT. Nusa Tour and Travel • PT. Alfi Tour • PT. Samara Barokah Wisata • PT. Al Badriyah Wisata • PT. Pesona Mozaik • PT. Mega Laena Persada • PT. Patuna Mekar Jaya • Madania • PT. Assalam Mulya Haromain • PT. Gaido Travel and Tour • PT. Safa Insan Armani • PT. Kip Tour and Travel (Kallam Imran Farouk) • PT. Marco Tour and Travel

Sumber: Tribun Pekanbaru 28 Februari 2017

Beberapa travel tersebut yang berdiri di Pekanbaru diantaranya, PT. Arminareka Perdana, PT. Labaika Tour, PT. Silver Silk Tour, PT. Musafir Tour, PT. Riau Wisata Hati dan lain sebagainya. Tumbuh dan berkembangnya perusahaan travel haji dan umrah membuat persaingan semakin ketat sehingga perusahaan-perusahaan travel haji dan umrah berpacu untuk mencari strategi perusahaan terhadap minat nasabah/jamaah.

Bauran pemasaran merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur atau suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positing* yang ditetapkan dapat berjalan sukses.

Pemasaran sangat penting dalam usaha bisnis untuk meningkatkan minat nasabah/jamaah, karena pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya. Di samping itu, bauran pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian, pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran. Bauran pemasaran adalah kombinasi dari empat variable atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, potongan, promosi dan distribusi. Atau dengan kata lain merupakan kumpulan variable-variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan atau bank untuk mempengaruhi tanggapan konsumen yang dituju untuk memberikan kepuasan kepada pangsa pasar atau konsumen yang dipilih.

PT. Arminareka Perdana Berdiri pada tanggal 9 Februari 1990 kantor pusat di Menara Salemba LT V Jakarta Pusat. Kantor perwakilan Pekanbaru di jalan Inpres berdiri tanggal 22 Juli 2014. PT. Arminareka Perdana memperlakukan jamaahnya bukan sebagai konsumen, tapi sebagai mitra usaha, jadi sejak mereka membayar dp 3,5 juta/ haji 5 juta jamaah di berikan hak usaha sebagai solusi

percepatan umrah. Jamaah dapat mempromosikan PT. Arminareka Perdana kepada setiap orang, apabila ada jamaah yang juga ikut membayar dp atas referensi atau ajakan kita, maka kita mendapatkan bagi hasil 1,5 jta untuk umroh / 2,5 juta untuk haji, bagi hasil yang di dapatkan di transfer langsung ke rekening kita setelah di potong PPN 10%. Bagi hasil inilah yang kita gunakan sebagai tambahan biaya kita untuk umroh/haji. Solusi yang diterapkan ini sukses mengantarakan PT. Arminareka Perdana sebagai penyelenggara perjalanan ibadah umroh dan haji terbesar No 1 di Indonesia dengan tingkat kepuasan konsumen peringkat pertama., dan 75% Jamaah PT. Arminareka Perdana berangkat tanpa terkendala biaya. Selain itu, untuk pendidikan keberlanjutan mitra armina juga diberikan pendidikan antara lain:

1. Seminar percepatan umroh & rejeki.
2. Pembinaan dan pengembangan mitra.
3. Pelatihan percepatan reward.
4. Seminar kepemimpinan dan kesuksesan.
5. Manasik for leader.
6. Milad Arminareka Perdana,

Pada tahun 2008 PT. Arminareka Perdana berinovasi dalam memasarkan umroh dan haji khusus yaitu dengan sistem referensi atau jaringan, yang tidak otomatis dapat dikonotasikan dengan sistem Multi Level Marketing (MLM) pada umumnya. Dalam sistem referensi yang dikembangkan tidak sepenuhnya memenuhi unsur MLM pada umumnya yaitu:

1. Tidak ada istilah tutup point (pendaftaran yang berulang) baru bisa mendapatkan jasa. Kalau MLM, wajib melakukan pembelian ulang (tutup point).
2. Pendaftaran tidak dibatasi atau tidak terikat waktu, kalau MLM produknya ada batasan waktu (*expired*).
3. Tidak ada sistem karir jenjang, pangkat atau posisi, semua jamaah sama baik jamaah baru/jamaah lama sementara di MLM ada sistem karir, pangkat, posisi dan jenjang.
4. Siapa yang bekerja dengan sungguh-sungguh dia yang mendapatkan hasil yang lebih banyak. Kalau di MLM, mitra yang senior yang akan mendapatkan lebih besar dari pada mitra yang baru meskipun mitra yang lama tidak bekerja dengan sungguh-sungguh.

Banyak yang mengatakan atau menganggap solusi saha yang diberikan oleh PT Arminareka Perdana adalah sama dengan MLM (Multi Level Marketing) karena di Arminareka juga menggunakan sistem upline downline. Namun, ternyata hak usaha arminareka perdana ini sangat jauh berbeda dengan Sistem MLM yang banyak di kenal orang.

Banyak yang takut untuk bergabung bersama Biro Perjalanan Haji Plus dan Umroh PT Arminareka Perdana karena sistem mencari jemaah tersebut. Takut penipuan, takut penggelapan uang jemaah, bangkrut atau lainnya. Untuk itu, di sini penulis akan memberikan penjelasan mengenai perbedaan Program Solusi

Arminareka dengan program MLM. Berikut penjelasannya melalui tabel di bawah ini.

Berikut penjelasan perbedaan program solusi Arminareka Perdana Dengan MLM:

1) Produk

Produk MLM biasanya spesial atau unik atau tidak di produksi oleh perusahaan lain, sehingga untuk mendapatkan produk tersebut harus melalui perusahaan tidak bisa ke lain.

Arminareka Perdana produknya perjalanan umroh dan haji plus yg tidak khusus Arminareka Perdana saja yang menyelenggarakan, perusahaan lain juga banyak yang menyelenggarakannya.

2) Harga

Harga biasanya terbagi 2 yaitu ada harga konsumen dan harga distributor ketika menjadi anggota.

Harga cuma SATU yang berlaku sama antara jamaah yang langsung berangkat tanpa menjalankan hak bisnisnya dengan jamaah yang sejak awal memang berniat menjalankan program solusi.

3) Tutup point

Ada tutup point yaitu kewajiban membeli produk perbulan, kalau tidak mencapai tutup point bonus di bulan yang bersangkutan tidak akan keluar.

Arminareka Perdana tidak ada tutup point, karena memakai sistem komisi / bagi hasil. Ketika kita mengajak jamaah maka langsung dapat komisi pada minggu yang bersangkutan.

Dengan sistem jaringan, bisa juga berharap komisi dari jaringan di bawahnya (karena Arminareka Perdana merancang suatu sistem dimana kita sebagai muslim diharapkan bisa membantu sesama jamaah di groupnya agar lebih mudah ke tanah suci).

4) Kepangkatan/level

MLM biasanya ada level kepangkatan berdasarkan syarat-syarat tertentu, misal, agen-distributor-manajer-direktur, dst.

Di Arminareka Perdana tidak ada, perbedaannya hanya ada yang jadi jamaah biasa dan ada yang jadi agen atau perwakilan yang membantu pemberangkatan jamaah.

5) Jangka waktu

MLM biasanya produknya ada masa kadaluarsanya. Sedangkan Arminareka Perdana produknya umroh dan haji plus yang tanpa batas waktu.

6) Kebutuhan

MLM biasanya produk konsumsi. Sedangkan Arminareka Perdana memfasilitasi calon jamaah untuk beribadah umroh/haji. Berkaitan dengan dunia akhirat.

Lantas dari mana untungnya perusahaan jika komisi banyak dikeluarkan untuk calon jamaah? Perusahaan masih mendapatkan untung dari :

- a Margin tiket maskapai penerbangan: semakin banyak pesan tiket, perusahaan akan mendapatkan diskon dari maskapai dengan selisih harga yang cukup banyak. Arminareka Perdana kemudian menjual ke jamaah dengan harga normal di pasaran.
- b Margin Hotel : semakin banyak yang booking hotel, Arminareka Perdana juga akan mendapatkan diskon dari pihak manajemen hotel di tanah suci dengan selisih harga yang cukup banyak. Arminareka Perdana kemudian menjual ke jamaah dengan harga normal di pasaran.
- c Arminareka Perdana juga mendapatkan bonus dari pihak asuransi, supplier koper dan perlengkapan umroh dan haji plus, biaya admin, dan lain lain.

Sebelumnya pemasaran Arminareka Perdana maupun biro travel umroh dan haji lain, lebih fokus menggunakan jasa ustad dan kyai di salah satu KBIH, Yayasan atau Masjid, jadi jika berhasil mengajak jamaah, ustad dan kyai tersebut akan mendapatkan jatah umroh/haji plus atau bagi hasil diberikan berupa uang tunai. Sehingga banyak ustad dan kyai yang bisa bolak balik ke tanah suci dan banyak yang sejahtera secara materiil.

Sekarang Arminareka Perdana dengan visi dan misi agar lebih banyak masyarakat Indonesia bisa mampu ke Tanah Suci dan bahkan bisa gratis dan bisa mensejahterakan kehidupan keluarganya, Arminareka Perdana merubah strategi pemasarannya dengan memperkenalkan Program Solusi Hak Usaha yang terbuka

untuk siapapun mulai dari karyawan, guru, pensiunan, bahkan pengangguran yang berkeinginan kuat untuk merubah hidupnya.

Apakah program solusi hak usaha ini Halal secara Agama? Di dalam suatu unsur halal haramnya suatu muamallah, ada tiga hal yang penting dalam fiqih, sebagai berikut:

- a. tak boleh ada ghoror (unsur penipuan).
- b. tak boleh ada unsur judi.
- c. tak boleh ada unsur riba (bunga).

Bila salah satu dari tiga ini sudah ada di muamallah berarti haram. Kalau ketiga-ketiganya tidak ada, berarti tidak apa-apa. Itu salah satu sebabnya Arminareka Perdana pernah mendapatkan sertifikasi bisnis syariah dari MUI.

Program Solusi ini sudah berjalan mulai 2008, bila memang terbukti merugikan dan banyak jamaah tidak berangkat, pastinya Kementerian Agama sudah mencabut ijin usaha Arminareka Perdana yang sudah berjalan sejak 1990 dan MUI tidak mungkin mau mengeluarkan sertifikat bisnis halalnya.

Selain itu, tidak seperti travel haji umrah lainnya, Arminareka Perdana memberikan bukti legalitasnya pada seluruh agen/perwakilan/jamaahnya. Dengan demikian bisa dibuktikan dengan melakukan cross check bahwa Arminareka Perdana adalah Biro Haji Plus dan Umrah Resmi yang terdaftar Di Kementerian Agama dan instansi lain yang terkait dengan usaha Tour Travel.

Jika ada yang mempertanyakan, Umrah Haji berkaitan dengan urusan akhirat & agama, kenapa dibisniskan? Hal ini sama saja dengan para mahasiswa

yang sekolah agama di Kairo, mereka tetap dikenakan biaya SPP dll. Jadi biaya tersebut memang tetap diperlukan karena menyangkut muamalat (Muamalat itu adalah semua hukum syariat yang bersangkutan dengan urusan dunia, dengan memandang aktivitas hidup seseorang seperti jual-beli, tukar-menukar, pinjam-meminjam dan sebagainya. Muamalat juga merupakan tatacara atau peraturan dalam perhubungan manusia sesama manusia untuk memenuhi keperluan masing-masing yang berlandaskan syariat Allah SWT yang melibatkan bidang ekonomi dan sosial Islam). Dimana uang menjadi media agar tujuan dari aktivitas kita baik yang hanya berkaitan dengan dunia maupun terkait dengan akherat bisa tercapai.

PT. Arminareka Perdana menjadi salah satu Biro Perjalanan Haji dan Umrah yang sukses menarik minat jamaah. Sebagai contoh, ketika perusahaan ini berdiri pada tahun 1990, ia hanya mampu memberangkatkan 8 jamaah. Akan tetapi sekarang PT. Arminareka Perdana sukses menuju gerbang kejayaan melalui inovasi sistem yang diterapkan sejak tahun 2008, ditahun tersebut lahirlah anak perusahaan bernama PT. Armina Utama Sukses (saat ini bernama PT. Lima Utama Sukses/LUAS) sebagai langkah inovasi strategi pemasaran jasa penyelenggara perjalanan ibadah Haji dan Umrah. Hasilnya mengejutkan dari yang semula setiap tahunnya PT. Arminareka Perdana hanya mampu memberangkatkan jamaah tidak lebih dari 600 orang, pasca didirikannya PT. LUAS terjadi lompatan jumlah yang sangat signifikan. Saat ini setiap bulannya PT. Arminareka Perdana mampu memberangkatkan jamaah umrah sekitar 6.000 jamaah.

Mereferensi jamaah itu hanya merupakan salah satu solusi yang dapat dipilih jamaah untuk dapat melunasi paket umrohnya. Hak usaha atau sistem referensi yang dikembangkan merupakan sistem solusi bagi setiap jamaah yang mau menjalankannya. Konsep dan sistem referensi ini sebelumnya telah dipresentasikan dan dikaji oleh DSN-MUI Jakarta Pusat dan telah resmi mendapatkan sertifikasi syariah dari DSN-MUI tersebut.

PT. Arminareka Perdana diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 83/DSN-MUI/VI/2012 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Jasa Perjalanan Umrah, menetapkan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah jasa perjalanan umrah diperbolehkan dengan syarat mengikuti akad-akad dan semua ketentuan dalam fatwa ini.

Salah satu travel haji dan umrah yang memiliki pemasaran yang sama dengan PT. Arminareka Perdana adalah PT. Mitra Bisnis Mandiri pada praktiknya menggabungkan antara anggota calon jamaah haji dengan calon jamaah umrah dalam pemasaran. Ada bonus pasangan jika terjadi pasangan pada sisi kanan dan (diilustrasikan oleh haji) dan sisi kiri (diilustrasiakan dengan umrah) sebesar nominal tertentu. Selain itu, jika jumlah pada sisi kanan dan kiri telah mencapai jumlah tertentu, perusahaan akan memberikan bonus langsung baik berupa uang atau bonus lainnya. Bonus senilai Rp 15.000.000 jika pada sisi kanan dan kiri telah mencapai 40 orang untuk masing-masing, bahkan hadiah mobil Toyota Inova senilai 225 juta akan diberikan jika telah mencapai 400 member untuk masing-masing sisi kanan dan kiri. Perbedaannya pada PT. Arminareka Perdana

adalah PT. Arminareka Perdana menjadikan jamaahnya bukan sebagai konsumen akan tetapi menjadikan jamaahnya sebagai mitra usaha. Setiap jamaah yang mendaftar akan mendapatkan Hak Usaha yang sewaktu-waktu dapat dijalankan jamaah oleh jamaah tersebut untuk mereferensikan calon jamaah baru. Setiap jamaah yang direferensikan dengan membayar DP umrah sebesar Rp 3,5 juta maka yang mereferensikan akan mendapatkan hasil referensi sebesar Rp. 1.500.000/jamaah.

Penerapan bauran pemasaran terhadap minat/jamaah haji dan umrah, maka hal ini perlu diterapkan pada PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru. Jumlah jamaah yang ada pada PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru dari tahun 2014 sampai 2016 mencapai kurang lebih 3.636 orang untuk jamaah umrah.

Berdasarkan hasil pra survei pada PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru dapat dilihat perkembangan jumlah nasabah dari tahun 2014-2016 pada tabel berikut;

Tabel 2: Perkembangan Jumlah Jamaah Dari Tahun 2014-2016

No	Tahun	Jamaah Umrah
1.	2014	165
2.	2015	997
3.	2016	2.474
Jumlah		3.636

Sumber: PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru

Dari tabel 1 terlihat bahwa PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru mengalami kenaikan jumlah jamaah. Hal ini dapat terlihat dari jumlah jamaah

umrah tahun 2014-2015 juga mengalami peningkatan jumlah jamaah dari 165 menjadi 997 jamaah, serta pada tahun 2015-2016 jumlah juga terdapat peningkatan jumlah jamaah dari 997 menjadi 2.474 jamaah. Hal ini diduga karena kemampuan pihak manajemen perusahaan dalam memasarkan travel haji dan umrah PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru kepada masyarakat atau calon jamaah.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai bauran pemasaran PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru terhadap minat jamaah umrah. Oleh karena itu, penulis mengangkat persoalan ini dalam bentuk proposal penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Jamaah Berumroh Di PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap minat jamaah berumroh di PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan ini tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap minat jamaah berumroh di PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan, pertimbangan dan evaluasi bagi PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru dalam menerapkan bauran pemasaran sehingga dapat meningkatkan minat jamaah berumroh di PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru.
2. Dapat dijadikan sebagai bahan informasi bagi mahasiswa serta peneliti lainnya yang berminat melakukan penelitian dengan topik yang sama dan mengembangkan kemampuan berfikir dalam menganalisa suatu permasalahan serta menerapkan segala ilmu yang telah diperoleh.
3. Memenuhi sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

E. Sistematika Penulisan

Secara garis besar, sistematika penulisan proposal penelitian dibagi dalam lima bab, yaitu:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah; Perumusan Masalah; Tujuan dan Manfaat Penelitian; serta Sistematika Penulisan.

BAB II: TINJAUAN TEORITIS

Bab ini menjelaskan Pengertian Pemasaran; Pemasaran Syariah; Landasan Hukum Pemasaran; Konsep Pemasaran Syariah; Nilai-nilai

Pemasaran Syariah; Bauran Pemasaran; Pengertian Minat; Prilaku Konsumen; Pengertian Umroh; Kedudukan Umroh; Hukum Umroh; Waktu Umroh; Tinjauan Penelitian Relevan; Variabel Penelitian; Konsep Operasional; Kerangka Konseptual dan Hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan Jenis Penelitian; Waktu dan Tempat Penelitian; Populasi dan Sampel; Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data; Teknik Analisis Data; Uji Instrumen dan Analisis Regresi Sederhana.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum Perusahaan; Sejarah Singkat PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru; Visi Misi PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru; Struktur Organisasi Perusahaan; Aktifitas Perusahaan; Fasilitas Perusahaan; Deskripsi Data; Identitas Responden; Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Jamaah Berumroh di PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru; Analisis Data; Uji Validitas; Uji Reliabilitas; Analisis Regresi Sederhana; Uji-t (Uji Parsial); Koefisien Korelasi; Koefisien Determinasi dan Pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi Kesimpulan dan Saran.