

**MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL
STUDY DI PT. DUA RIBU WISATA
(PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM)**



Oleh:

KURNIA MAJIED
NIM. 12.2200.011

**PROGRAM STUDI MUAMALAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE**

2016

**MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL
STUDY DI PT. DUA RIBU WISATA
(PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM)**



Oleh

KURNIA MAJIED

NIM. 12.2200.011

**Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Pada Program Studi Muamalah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Parepare**

**PROGRAM STUDI AHWAL SYAKHSIYAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE**

2016

**MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL
STUDY DI PT. DUA RIBU WISATA
(PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM)**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Hukum**

**Program Studi
Muamalah**

Disusun dan diajukan oleh

**KURNIA MAJIED
NIM. 12.2200.011**

Kepada

**PROGRAM STUDI MUAMALAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE**

2016

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Kurnia Majied

Judul Skripsi : Manajemen Strategi Pemasaran Pada
Travel Study di PT. Dua Ribu Wisata
(Perspektif Etika Bisnis Islam)

Nomor Induk Mahasiswa : 12.2200.011

Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK Ketua STAIN Parepare
Sti. 19/PP.00.9/0683/2016

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Syahriyah Semaun, S.E., M.M
NIP : 19711111 196803 2 003

Pembimbing Pendamping : Abdul Hamid, S.E., M.M
NIP : 19720929 200801 1 012

(.....)

(.....)

Mengetahui:

Ketua Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam



Budiman, M.HI

NIP. 19730627 2003121 1 004

SKRIPSI

**MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL
STUDY DI PT. DUA RIBU WISATA
(PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM)**

Disusun dan diajukan oleh

KURNIA MAJIED

NIM: 12.2200.011

telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah
pada tanggal 15 november 2016 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan
Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Syahriyah Semaun, S.E.,M.M
NIP : 19711111 196803 2 003

Pembimbing Pendamping : Abdul Hamid, S.E., M.M
NIP : 19720929 200801 1 012

(.....)
(.....)

Ketua STAIN Parepare



Dr. Akmal Sultra Rustan, M.Si
NIP.19640427 198703 1 002

Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam

(Signature)

Budiman, M.HI
NIP.19730627 2003121 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Manajemen Strategi Pemasaran Pada Travel
Study di PT.Dua Ribu Wisata (Perspektif Etika
Bisnis Islam)

Nama Mahasiswa : KURNIA MAJIED

NIM : 12.2200.011

Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare
Sti. 19/PP.00.9/0683/2016

Tanggal Kelulusan : 15 November 2016

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Syahriyah Semaun, S.E.,M.M	(Ketua)	(.....)
Abdul Hamid, S.E., M.M	(Sekretaris)	(.....)
Dr. K.H. Yunus Samad Lc. M.A	(Anggota)	(.....)
Damirah, S.E, M.M	(Anggota)	(.....)

Mengetahui,

Ketua STAIN Parepare



Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si

NIP. 19640427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah, shalawat dan salam penulis kirimkan kepada kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, aamiin.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH) bagi mahasiswa program S-1 di STAIN Pare-pare Jurusan Syari'ah Prodi Hukum Ekonomi Syariah.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua penulis. Ayahanda Abd. Majied dan Ibunda Nurwahyuni S.Ag, yang telah memberi semangat, do'a tulusnya dan nasihat yang tiada hentinya. Terimakasih untuk kedua adik ku atas dukungan moril yang belum tentu penulis dapatkan.

Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari semua pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibu Syahriah Semaun, S.E.,M.M selaku pembimbing I dan Bapak Abdul Hamid, S.E., M.M selaku pembimbing II, atas bimbingan dan bantuan yang telah diberikan untuk penyelesaian skripsi ini. Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terimakasih kepada:

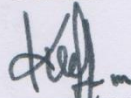
1. Bapak Dr. Ahmad S. Rustan, M.Si sebagai Ketua STAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelolah pendidikan di STAIN Parepare.
2. Bapak Budiman, S.Ag., M.H.I., selaku Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam beserta seluruh stafnya, atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi Mahasiswa.

3. Bapak/ibu dosen program studi (prodi) Hukum Ekonomi Syariah yang telah meluangkan waktu mereka mendidik penulis selama studi di STAIN Parepare.
4. Kepala Perpustakaan STAIN Parepare beserta seluruh staf yang memberikan pelayanan kepada penulis.
5. PT. Dua Ribu Wisata, terimakasih kerja samanya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
6. Aswar, terima kasih atas bantuannya yang sangat berharga bagi penulis.
7. Misna Aulia, mba ku Indah, Ummi Hani, Tika Anwar, Raniati, Ayu Wulandari, Iberahim, dan dan kedua pasangan yang baik hati Era, wawan, terima kasih atas bantuan dan semangat kalian kepada penulis.
8. Teman-teman senasib dan seperjuangan Prodi Hukum ekonomi Syariah yang tidak sempat penulis sebutkan namanya.
9. Teman-teman KKN posko 42 Patobong yang selalu memberi semangat dan dukungan.
10. Terkhusus Imam Fadli, yang senantiasa menemani dan memberikan semangat dan dukungan baik berupa moril dan materil kepada penulis.

Akhirnya penulis menyampaikan kepada pembaca agar kiranya berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini dan semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Parepare,, Oktober 2016

Penulis



KURNIA MAJIED

12.2200.011

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

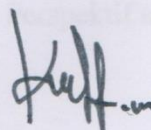
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Kurnia Majied
 NIM : 12.2200.011
 Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 05 November 1993
 Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
 Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
 Judul Skripsi : Manajemen Strategi Pemasaran Pada Travel Study di PT.Dua Ribu Wisata (Perspektif Etika Bisnis Islam)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, Agustus 2016

Penyusun,



KURNIA MAJIED

NIM. 12.2200.011

ABSTRAK

Kurnia Majied. Manajemen Strategi Pemasaran pada Travel Studi PT. Dua Ribu Wisata (Prespektif Etika Bisnis Islam) (dibimbing oleh Syahriyah Semaun, S.E., M.M dan Abdul Hamid, S.E., M.M.)

Di jaman serba moderen seperti saat ini telah banyak travel haji yang memudahkan seseorang untuk menunaikan ibadah Haji dan Umrah dengan menawarkan berhaji dan umrah dengan uang minimalis dengan berbagai fasilitas yang menjamin seperti akomodasi, penginapan serta konsumsi, dengan kemudahan yang diberikan travel banyak masyarakat yang lebih tertarik memilih travel haji untuk menunaikan ibadah nya. Tetapi banyak pula kasus travel yang marak diberitakan seperti melantarkan jamaahnya tidak memberangkatkan atau kurangnya fasilitas dan masih banyak lagi kasus-kasus travel Haji.

Sekarang ini sering kita jumpai cara pemasaran yang tidak etis, curang dan tidak profesional, kiranya peneliti ingin meneliti bagaimana akhlak kita dalam kegiatan ekonomi secara keseluruhan atau lebih lagi akhlak dalam pemasaran kepada masyarakat dari sudut pandang Islam. Kegiatan pemasaran seharusnya dikembalikan pada karakteristik yang sebenarnya.

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode deskriptif kualitatif, data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis datanya yaitu menggunakan analisis data kualitatif.

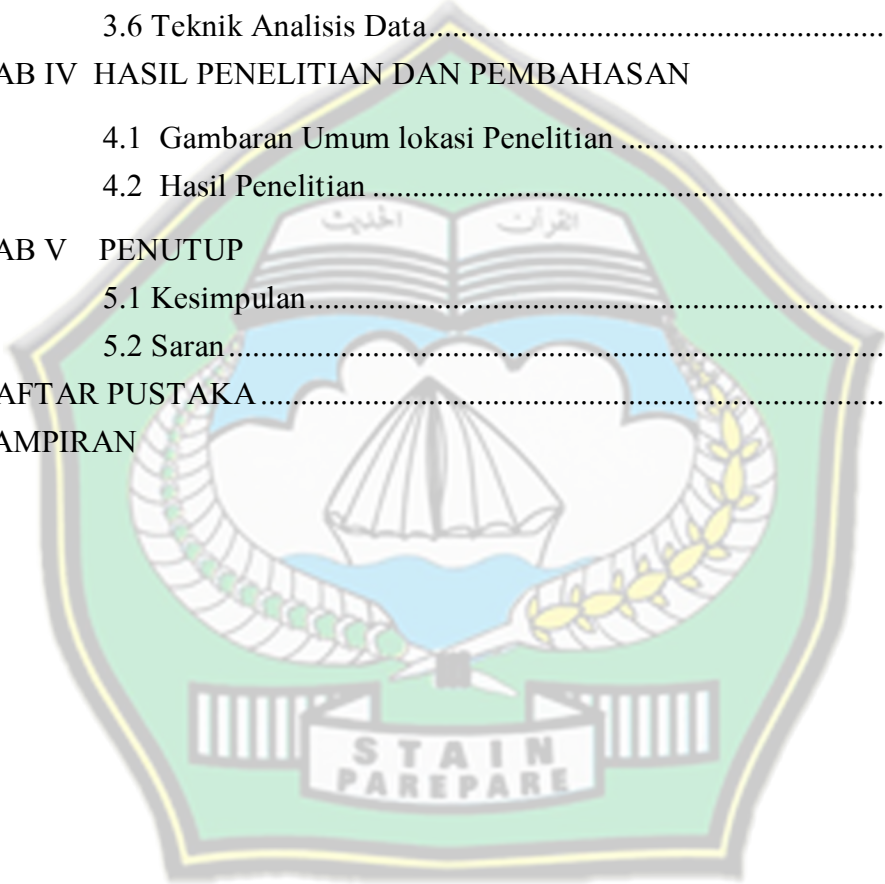
Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1). dengan perencanaan strategi yang direncanakan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam. Dimana melihat respon masyarakat sangat baik, karena apa yang diterapkan sesuai dengan Islam dan terutamanya membantu dalam melakukan ibadah haji dan umroh. 2). bahwa strategi pemasaran yang dipasarkan telah sesuai dengan prespektif etika bisnis islam karena pengimpelementasian yang diterapkan tidak ada unsur kebohongan dan unsur kecurangan didalamnya. 3) evaluasi harus ada dalam sebuah perusahaan sehingga dalam perusahaan bisa mengukur sampai dimana kinerja yang telah dicapai, dan itu sudah dijalankan oleh travel PT. Dua Ribu Wisata.

Kata Kunci: Manajemen strategi pemasaran, Travel, Perspektif etika bisnis islam.

DAFTAR ISI

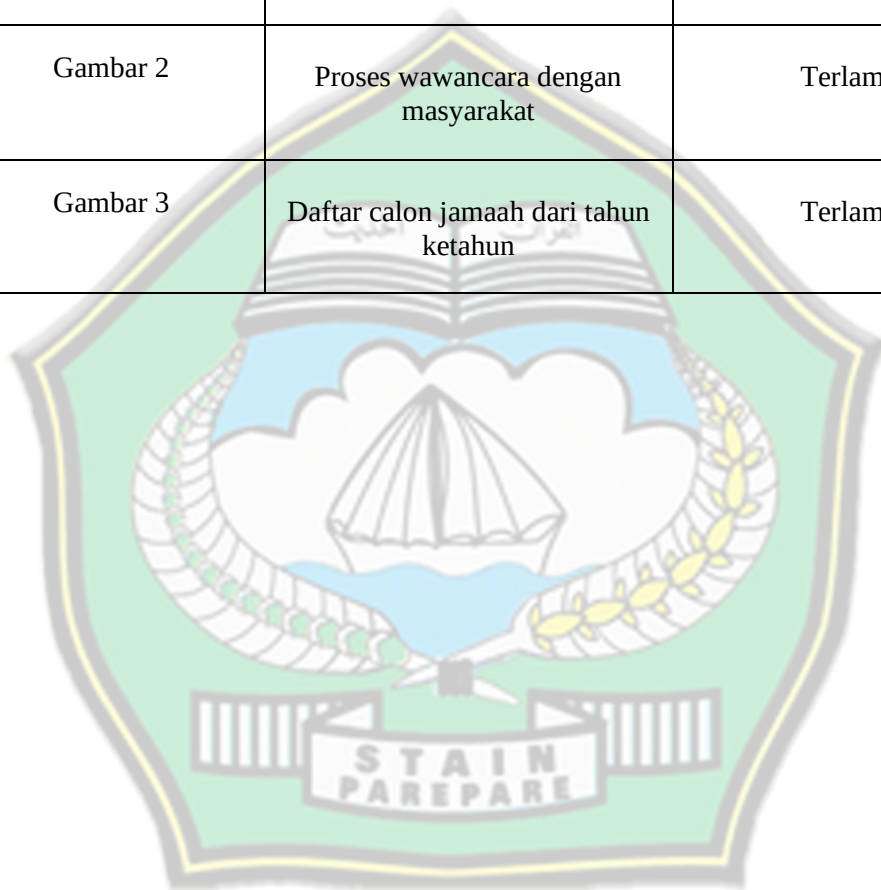
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Tinjauan Teoritis.....	7
2.2.1 Teori Strategi	7
2.2.2 Teori Manajemen.....	11
2.2.3 Teori Pemasaran	16
2.2.4 Teori Etika Bisnis Islam.....	21
2.2.5 Pengertian Masalah Mursalah	24
2.3 Tinjauan Konseptual	25

2.4 Bagan Kerangka Pikir	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	29
3.3 Fokus Penelitian	29
3.4 Jenis dan Sumber Data Yang digunakan	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum lokasi Penelitian	32
4.2 Hasil Penelitian	39
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1	Proses wawancara dengan karyawan PT.Dua Ribu Wisata	Terlampir
Gambar 2	Proses wawancara dengan masyarakat	Terlampir
Gambar 3	Daftar calon jamaah dari tahun ketahun	Terlampir



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	Surat Izin Penelitian dari STAIN Parepare
Lampiran 2	Surat Izin Penelitian dari KESBANG Parepare
Lampiran 3	Surat Keterangan Meneliti dari PT. Dua Ribu Wisata
Lampiran 4	Surat Keterangan Wawancara
Lampiran 5	Nama calon jamaah dari tahun ketahun
Lampiran 6	Dokumentsi
Lampiran 7	Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ibadah haji merupakan rukun Islam kelima. Kewajiban untuk berhaji, minimal sekali dalam hidup, dibebankan hanya kepada seorang muslim yang mampu dalam arti luas, yaitu mampu secara jasmani maupun rohani. Selain itu, “mampu” berarti juga mampu secara finansial, dalam arti memiliki dana yang diperlukan untuk menjalankan ibadah haji yang dilaksanakan di tempat jauh. Sebab hal tersebut, ibadah haji bisa dikatakan ibadah unik. Tidak semata bentuk ritualnya itu sendiri, pelaksanaan ibadah ini melibatkan unsur-unsur lain diluar aspek ritual agar pelaksanaannya dapat berjalan dengan baik, sehingga seorang akan pulang dengan predikat haji yang mabrur. Dengan kata lain, unsur-unsur diluar ritual ibadah haji yang menunjang suksesnya pelaksanaan rukun Islam kelima itu tidak boleh dikesampingkan sedikit pun.

Terdapat beberapa unsur pokok dalam penyelenggaraan ibadah haji yang harus diperhatikan: calon haji, pembiayaan, kelengkapan administratif, sarana transportasi, hubungan bilateral antarnegara, dan organisasi pelaksana. Unsur tersebut saling berkaitan satu sama lain, dimana unsur-unsur tersebut mempersyaratkan jaminan dalam penyelenggaraan ibadah haji yang berkaitan dengan: pertama, jemaah haji yang telah terdaftar sah dan memenuhi syarat dapat diberangkatkan ke Arab Saudi kedua, seluruh jemaah haji yang telah berada ditanah suci dapat memenuhi akomodasi, konsumsi dan transportasi; ketiga seluruh jemaah haji yang telah berada ditanah suci dapat menjalankan ibadah wukuf di Arafah dan rukun haji lainnya; dan

keempat jemaah haji yang telah menunaikan ibadah haji seluruhnya dapat dipulangkan ke daerah asal dengan selamat.¹ Ibadah Haji telah membuat banyak orang yang pernah melakukannya ingin terus mengulanginya lagi meski hanya diwajibkan sekali saja jelas ada semacam kekuatan ghaib yang menarik kesadaran dan batin manusia sehingga banyak orang yang rela meninggalkan sanak saudara dan harta bendanya sementara waktu demi Haji dan Umrah, ada semacam kerinduan dalam diri seseorang yang telah berhaji dan juga dalam diri kaum mukmin yang belum melaksanakannya untuk mengunjungi rumah Allah diMekkah selalu ada yang kurang dalam diri kaum mukmin jika belum berhaji.² Indonesia merupakan negara muslim, sekitar 80% penduduk Indonesia adalah muslim, pada umumnya masyarakat muslim melaksanakan Umrah melalui travel atau sebuah perusahaan biro perjalanan yang khusus menyelenggarakan jasa perjalanan umrah yang banyak tersebar di Indonesia.

Saat ini produk apapun tidak lepas dari unsur jasa/pelayanan. Bisnis travel adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa. Bisnis ini sendiri juga mengalami kenaikan yang signifikan dari tahun ke tahun. Dari sektor bisnis, ritual haji dan umrah telah menjelma sebagai satu peluang besar yang dapat dikelola untuk mendatangkan keuntungan, dalam pelaksanaannya sebagai penyelenggara biro perjalanan yang bertujuan bisnis memiliki persaingan, sehingga dalam sebuah lembaga tersebut harus memiliki berbagai strategi sebagai upaya untuk mengalihkan perhatian masyarakat.

¹M. Nahar Nahrawi et.al., *Manajemen Pelayanan Haji di Indonesia*, (Cet.I; Jakarta:Puslitbang Kehidupan Keagamaan, 2009), h.1.

²Abdul Halim,dan Ikhwan, *Ensiklopedia Haji dan Umrah*,(Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada, 2002), h.7.

Di jaman serba moderen seperti saat ini telah banyak travel haji yang memudahkan seseorang untuk menunaikan ibadah Haji dan Umrah dengan menawarkan berhaji dan umrah dengan uang minimalis dengan berbagai fasilitas yang menjamin seperti akomodasi, penginapan serta konsumsi, dengan kemudahan yang diberikan travel banyak masyarakat yang lebih tertarik memilih travel haji untuk menunaikan ibadah nya. Tetapi banyak pula kasus travel yang marak diberitakan seperti melantarkan jamaahnya tidak memberangkatkan atau kurangnya fasilitas dan masih banyak lagi kasus-kasus travel Haji.

Ketika Islam diyakini sebagai suatu agama sekaligus suatu sistem, maka pertanyaan yang terkait dengannya adalah dapatkah Islam memberikan tuntunan beretika dalam Islam? Dengan adanya tuntunan tersebut diharapkan mampu memberikan nuansa bisnis Islam yang Islami. Islam memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya untuk melaksanakan amalan, pedoman tersebut adalah Al-Quran dan Sunnah Nabi, Al-Quran mengajak manusia untuk mempercayai dan mengamalkan tuntutan dalam segala aspek kehidupan seringkali menggunakan istilah yang dikenal dalam dunia bisnis. Sekarang ini sering kita jumpai cara pemasaran yang tidak etis, curang dan tidak profesional, kiranya peneliti ingin meneliti bagaimana akhlak kita dalam kegiatan ekonomi secara keseluruhan atau lebih lagi akhlak dalam pemasaran kepada masyarakat dari sudut pandang Islam. Kegiatan pemasaran seharusnya dikembalikan pada karakteristik yang sebenarnya.

Dari beberapa uraian diatas maka peneliti termotifasi meneliti mengenai *“Manajemen Strategi Pemasaran pada Travel Studi PT. Dua Ribu Wisata (Prespektif Etika Bisnis Islam)”*

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Bagaimana perencanaan strategi dalam manajemen strategi pemasaran pada travel PT. Dua Ribu Wisata ?
- 1.2.2 Bagaimana implementasi strategi dalam manajemen strategi pemasaran pada travel PT. Dua Ribu Wisata ?
- 1.2.3 Bagaimana evaluasi strategi dalam manajemen strategi pemasaran pada travel PT. Dua Ribu Wisata ?

1.3 Tujuan Penelitian

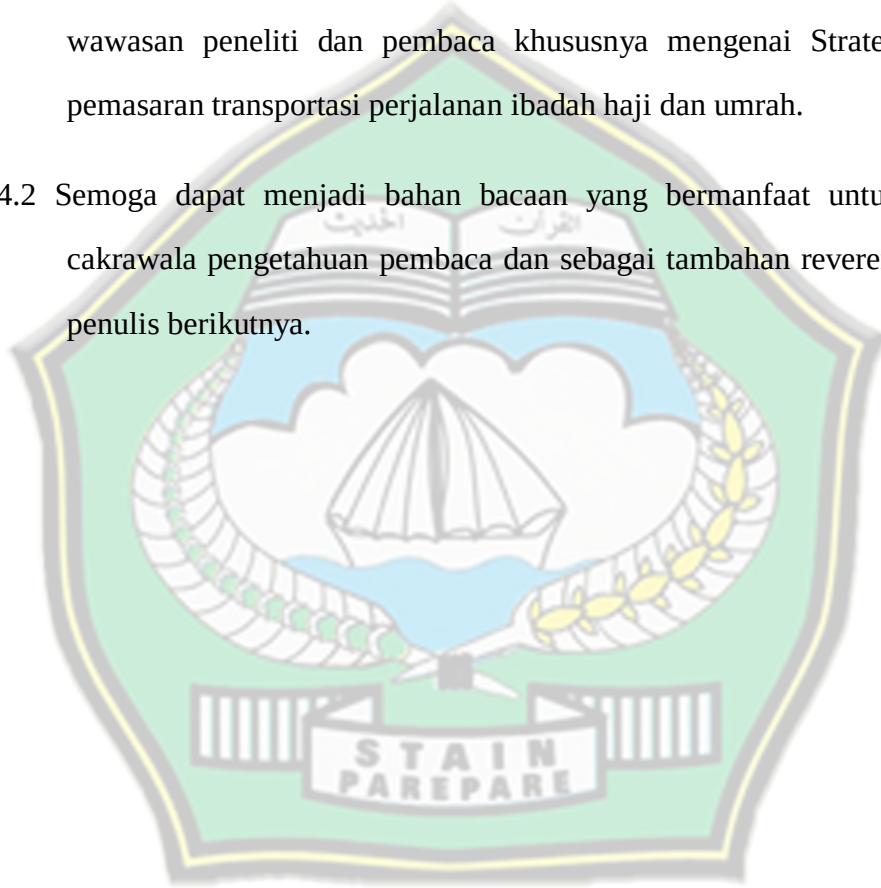
Berdasarkan pengertian dan permasalahan di atas kita bisa mengambil dari kesimpulan bahwa tujuan penelitian tidak bisa kita lepaskan dari penelitian. Oleh karena itu merumuskan beberapa tujuan penelitian sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mengetahui bagaimana perencanaan strategi dalam manajemen strategi pemasaran pada travel PT. Dua Ribu Wisata.
- 1.3.2 Untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi dalam manajemen strategi pemasaran pada travel PT. Dua Ribu Wisata
- 1.3.3 Untuk mengetahui bagaimana evaluasi strategi dalam manajemen strategi pemasaran pada travel PT. Dua Ribu Wisata

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka kegunaan atau manfaat yang ingin dicapai dengan penelitian ini adalah:

- 1.4.1 Sebagai salah satu karya ilmiah maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk perkembangan ilmu pengetahuan, menambah wawasan peneliti dan pembaca khususnya mengenai Strategi manajemen pemasaran transportasi perjalanan ibadah haji dan umrah.
- 1.4.2 Semoga dapat menjadi bahan bacaan yang bermanfaat untuk memperluas cakrawala pengetahuan pembaca dan sebagai tambahan reverensi ilmiah bagi penulis berikutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Pada bagian hasil penelitian yang relevan ini diharapkan tinjauan terhadap hasil penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang meneliti terkait strategi manajemen pemasaran terhadap travel ibadah haji dan umrah.

Pada peneliti sebelumnya telah dilakukan oleh saudari Reyhan Risqullah dari fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Hasanuddin 2014 dengan judul “Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Daya Saing Dalam Memilih Paket Umrah pada Biro Perjalanan”. Hasil penelitian ini adalah mengkaji dan menganalisis pengaruh strategi pemasaran yang terdiri atas segmentasi, target dan posisi pasar terhadap peningkatan daya saing dalam memilih paket umrah. Penelitian selanjutnya oleh saudari Sella Oktavia Dima dari fakultas ekonomi dan bisnis Islam Universitas Islam negeri Islam walisongo 2015 dengan judul “Implementasi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Penjualan Produk Umrah dan Haji Plus”. Hasil penelitian ini adalah keseluruhan hasil dan tujuannya untuk meningkatkan volume penjualan telah tercapai melalui implementasi strategi bauran pemasaran (marketing mix) 7P: Product, Price, promotion, place, people, process, costumer service (pelayanan konsumen).

Sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi fokus penulis adalah Strategi manajemen pemasaran haji dan umrah pada travel PT Dua Ribu Wisata, yang dimana

penulis akan membahas strategi manajemen pemasaran yang meliputi perencanaan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Teori Strategi

2.2.1.1 Pengertian Strategi

Menurut wikipedia, strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Didalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat. Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *stratageta* (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal.¹ Secara terminologi, strategi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberi arah, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi adalah rencana tentang bagaimana organisasi akan melakukan apa pun yang harus dilakukan dalam bisnis, bagaimana organisasi tersebut akan menang bersaing, dan bagaimana organisasi akan menarik serta memuaskan para pelanggannya untuk mencapai tujuannya.² Seiring dengan perkembangan disiplin ilmu, pengertian strategi menjadi bermacam-macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam buku karya mereka masing-masing.

¹Sofyan Assuari, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep. dan Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h.168.

²Stephen P. Robins, Mary Coulter, *Manajemen*: Ed X, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), h.231.

Menurut Stephanie K. Marrus strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.³ Hamel dan Prahalad mengartikan strategi adalah tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Trejadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.⁴ Selanjutnya strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi tersebut. Pengertian lainnya seperti yang diutarakan Craig dan Grant adalah strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.⁵ Apabila disimpulkan dari beberapa definisi diatas maka strategi perusahaan adalah gabungan dari kegiatan yang direncanakan dan reaksi untuk mengantisipasi persaingan dan perkembangan yang tidak terduga. Sedangkan Griffin mendefinisikan strategi sebagai rencana kompherensif untuk mencapai tujuan organisasi. (*strategy is a chomprehensive plan for accomplishing an organization's goals*) Tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksud kan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi dilingkungan dimana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya. Bagi organisasi bisnis, strategi dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan

³Lihat <http://www.pengertianahli.com/2013/12/pengertian-strategi-menurut-para-ahli.html> (Diakses pada tanggal 20 Februari 2016).

⁴Kasmir, *Pemasaran Bank*, Cet I (Jakarta: Pranada Media, 2009) h.59-60

⁵Kasmir, *Pemasaran Bank*, h.60.

dibandingkan para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen.⁶ Menurut Philip Kotler perencanaan strategi adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan mempertahankan kesesuaian yang layak antara sasaran, keahlian, dan sumber daya serta peluang-peluang pasar yang selalu berubah. Tujuan perencanaan strategis adalah untuk membentuk dan menyempurnakan usaha dan produk perusahaan sehingga memenuhi target laba dan pertumbuhan.⁷

Sebelum penyusunan strategi disusun, perlun ditanyakan terlebih dahulu apakah memang penyusunan strategi baik strategi baru mampu perubahan strategi perlu untuk dilakukan atau tidak. Hal ini terkait dengan apakah strategi yang akan dilakukan memang sesuai dengan tuntutan perubahan dilingkungan ataukah sebaliknya, lebih baik mempertahankan strategi yang sudah ada misalnya.

Dari beberapa pemaparan diatas strategi dapat diartikan sebagai cara terbaik untuk mencapai suatu sasaran, atau menyelesaikan suatu pekerjaan. Penentuan tujuan dan sasaran dalam jangka panjang organisasi, serta penentuan jumlah dan jenis kegiatan yang dibutuhkan.

2.2.1.2 Proses Strategi

Menurut Sthepen P. Robbins dan Mary Coulter Proses strategi adalah proses yang memandu perencanaan, implemetasi, dan evaluasi strategi, walaupun yang pertama menjelaskan perencanaan yang harus dilakukan, implementasi dan eveluasi juga sama pentingnya. Bahkan strategi terbaik pun dapat saja gagal bila manajemen

⁶Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *pengantar manajemen* Ed.I (Cet.II; Jakarta: Kencana, 2006), h.132.

⁷Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2000), h.98.

tidak mengimplementasikan atau mengevaluasinya secara layak.⁸ Proses strategi menjadi bentuk penyederhanaan situasi nyata, proses strategi berorientasi pada suatu sistem yang satu kesatuan yang saling berhubungan, perencanaan tanpa pengimplementasian, dan evaluasi akan gagal dan tidak berjalan dengan baik maka dari itu perusahaan harus menjalankan 3 proses strategi.

2.2.1.3 Perencanaan strategi

Perencanaan strategi melibatkan penetapan serangkaian tindakan yang tepat guna mencapai tujuan perusahaan. perencanaan strategi yang meliputi pada jangkauan masa depan yang jauh (visi), dan ditetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi (keputusan yang bersifat mendasar dan prinsipil) agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif (misi), dan mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal serta mengukur dan menetapkan kelemahan dan kekuatan internal dan menetapkan tujuan jangka panjang (analisa swot).

2.2.1.4 Implementasi strategi

Di dalam implementasi strategi perusahaan diharapkan menetapkan atau merumuskan tujuan perusahaan, memikirkan dan merumuskan kebijakan, memotivasi karyawan serta mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang telah diformulasikan dapat dilaksanakan. Mengimplementasikan berarti menggerakkan para karyawan dan manajer untuk menempatkan strategi yang telah direncanakan menjadi tindakan yang nyata. Implementasi strategi memerlukan kinerja dan disiplin yang tinggi tetapi juga diimbangi dengan imbalan yang memadai. Tantangan implementasi adalah menstimulir para manajer dan karyawan melalui organisasi agar mau bekerja

⁸Stephen P. Robins, Mary Coulter, *Manajemen*, h.214.

dengan penuh kebanggaan dan antusias ke arah pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

2.2.1.5 Evaluasi strategi

Evaluasi dan pengawasan strategi merupakan tahap terakhir di dalam proses strategi. Pada dasarnya evaluasi strategi mencakup 3 hal, yaitu:

2.2.1.5.1 Mereview faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar bagi strategi yang sedang berlangsung.

2.2.1.5.2 Mengukur kinerja yang telah dilakukan, dan

2.2.1.5.3 Mengambil berbagai tindakan perbaikan.

Evaluasi strategi sangat diperlukan sebab keberhasilan perusahaan, tidak menjadi jaminan keberhasilan perusahaan dimasa yang akan datang.⁹

2.2.2 Teori Manajemen

2.2.2.1 Pengertian Manajemen

Manajemen berasal dari kata “to manage” yang berarti mengatur, mengurus, atau mengelola. Manajemen adalah suatu proses yang terdiri dari rangkaian kegiatan, seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian/pengawasan, yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

Sebagaimana dikemukakan oleh Mary Parker Follet, Manajemen adalah seni dalam menyelesaikan sesuatu melalui orang lain.¹⁰ Segala sesuatu yang perlu dilakukan

⁹<http://hajatil.wordpress.com/2011/12/31/formulasi-strategi/> (Diakses pada tanggal 28 april 2016)

¹⁰Ernie tisnawati sule dan Kurniawan saefullah, *pengantar manajemen* Ed.I (Cet.II;Jakarta:Kencana,2006),h.5.

dalam rangka pencapaian tujuan tertentu. Tujuan tersebut sangat beragam, tergantung dari jenis sebuah organisasi. Kegiatan-kegiatan yang biasanya dilakukan oleh sebuah organisasi bisnis diantaranya adalah kegiatan produksi, pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia, hingga pengelolaan keuangan yang mungkin dimiliki oleh organisasi bisnis tersebut. Semua kegiatan tersebut perlu diselesaikan karena pada praktiknya akan menunjang kepada pencapaian tujuan dari organisasi bisnis.

Dalam sebuah organisasi bisnis ada beberapa tahapan yang perlu kita ketahui yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengawasan dan pengendalian. Berdasarkan tahapan-tahapan tersebut maka dikenal pula pengertian lain. Perencanaan adalah proses dasar yang digunakan untuk memilih tujuan dan menentukan cakupan pencapaiannya. Merencanakan berarti mengupayakan penggunaan sumber daya manusia, sumber daya alam dan sumber daya yang lainnya untuk mencapai tujuan.

Suatu perencanaan adalah suatu aktivitas integrative yang berusaha memaksimalkan efektifitas seluruhnya dari suatu organisasi sebagai suatu sistem, sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Dalam proses perencanaan sebagai suatu proses adalah suatu cara yang sistematis untuk menjalankan suatu pekerjaan. Dalam perencanaan terkandung suatu aktivitas tertentu yang saling berkaitan untuk mencapai hasil tertentu yang ingin dicapai.

Dalam perencanaan terdiri atas aktivitas yang dioperasikan oleh seorang manajer untuk berpikir kedepan dan mengambil keputusan saat ini, yang memungkinkan untuk mendahului serta menghadapi tantangan pada waktu yang akan

datang. Aktifitas yang dimaksud adalah *prakiraan*, prakiraan merupakan suatu usaha yang sistematis untuk meramalkan/memperkirakan waktu yang akan datang dengan penarikan kesimpulan atas fakta yang telah diketahui. *Penetapan tujuan*, penetapan tujuan merupakan suatu aktifitas untuk menetapkan suatu yang ingin dicapai melalui pelaksanaan pekerjaan. *Pemrograman*, pemrograman adalah suatu aktivitas yang dilakukan dengan maksud untuk menetapkan langkah-langkah utama yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan, selanjutnya unit dan anggota yang bertanggung jawab untuk setiap langkah dan yang terakhir adalah urutan serta pengaturan waktu setiap langkah.

Berdasarkan definisi tersebut, perencanaan minimum memiliki tiga karakteristik berikut: *pertama*, perencanaan tersebut harus menyangkut masa yang akan datang, *kedua*, terdapat suatu elemen identifikasi pribadi atau organisasi, yaitu serangkaian tindakan di masa yang akan datang dan akan diambil oleh perencanaan. *Ketiga*, masa yang akan datang, tindakan dan identifikasi pribadi, serta organisasi merupakan unsur yang amat penting dalam setiap perencanaan.

Organisasi dapat didefinisikan sebagai sekelompok orang yang saling berinteraksi dan bekerja sama untuk merealisasikan tujuan bersama. Berdasarkan definisi tadi jelaslah bahwa dalam suatu organisasi mengandung tiga elemen yang saling berhubungan. Ketiga elemen organisasi tersebut adalah *pertama*, sekelompok orang. *Kedua*, interaksi dan bekerja sama. *Ketiga*, tujuan bersama.¹¹

Pelaksanaan ini juga adalah sesuatu yang sangat penting karena dalam sebuah perusahaan jika sudah direncanakan kemudian pengorganisasian maka

¹¹ Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Cet. IX, Jakarta: PT. Bumi Askarya 2014), h. 42 & 73.

dilaksanakanlah perencanaan itu, inilah yang akan membuktikan bagaimana hasil yang akan dicapai atau di peroleh. Selanjutnya pengawasan pebgawasan inilah sangat berperang penting dalam sebuah perusahaan dikarenakan supaya bisa bagaimana mengukur kinerja yang sudah terlaksana dalam sebuah perusahaan.

Dari manajemen, yaitu sebagaimana dikemukakan oleh Nickels, McHugh manajemen adalah sebuah proses yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan organisasi melalui rangkaian kegiatan berupa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian orang-orang serta sumber daya organisasi lainnya.¹² Maka dapat disimpulkan bahwa manajemen pada dasarnya merupakan seni atau proses dalam menyelesaikan sesuatu yang terkait dengan pencapaian tujuan.

Manajemen merupakan sebuah kata, dimana perencanaan dan pelaksanaan rencana yang telah disusun menjadi konsep krusial untuk dipahami. Dalam konsep manajemen, seseorang membutuhkan kemampuan untuk membuat rencana dan strategi, serta pembayangan atas apa yang perlu dilakukan untuk mengeksekusi rencana tersebut. Dalam sebuah organisasi atau perusahaan, ada rencana jangka panjang yang biasanya membutuhkan waktu lebih lama dalam hal pengimplementasiannya. Pelaksanaan rencana manajerial dilakukan dengan cara mendelegasikan tugas kepada para bawahan yang dianggap mampu untuk melaksanakannya. Ada 3 pokok tugas yang berkaitan dengan manajemen yakni:

- 2.2.2.1.1 Persiapan rencana, meliputi perencanaan strategi umum yang berlaku bagi sebuah perusahaan.
- 2.2.2.1.2 Pelaksanaan rencana.

¹²Ernie tsnawati sule dan Kurniawan saefullah, *pengantar manajemen*, h.6.

2.2.2.1.3 Dan terakhir, evaluasi yang diadakan dengan cara menganalisa dan mengawasi pelaksanaan rencana.

Biasanya pada akhir waktu pelaksanaan rencana muncul sebuah laporan yang dipakai untuk mengukur kemungkinan penyimpangan rencana sekaligus mengukur hasil yang telah dicapai. Dalam kaitannya dengan definisi manajemen seperti yang telah disampaikan diatas, kita bisa meletakkan manajemen pemasaran dalam makna tersendiri yakni kegiatan yang berkaitan dengan perencanaan, analisa program, pelaksanaan, dan fungsi pengawasan program-program yang telah dirancang sebelumnya.¹³ Kegiatan ini dimaksudkan untuk menyusun rencana, fungsi analisa menjadi sangat penting, karena dengan analisa rencana bisa dibuat menjadi lebih tepat sasaran dan lebih menantang.

2.2.2.2 Fungsi Manajemen

Menurut pendekatan dari sudut pandang, seorang menejer menjalankan fungsi-fungsi atau aktivitas-aktivitas tertentu dalam rangka mengelola pekerjaan orang lain secara efisien dan efektif. Menurut Henri Fayol bahwa setiap manajer menjalankan lima buah fungsi: perencanaan (*planning*), penataan (*organizing*), Penugasan (*comanding*), pengkoordinasian (*coordinating*), dan pengendalian (*controlling*). Dimasa kini, fungsi-fungsi ini telah didapatkan menjadi empat fungsi perencanaan (*planning*), penataan (*organizing*), kepemimpinan (*leading*), pengendalian (*controlling*).¹⁴

¹³<http://ahlimanajemenpemasaran.com/2014/02/aspek-aspek-utama-dalam-ilmu-manajemen-pemasaran> (Diakses pada tanggal 28 april 2016)

¹⁴Stephen P.Robins, Mary Coulter, *Manajemen*. h.9-10.

2.2.2.2.1 Perencanaan atau *plening*, yaitu proses yang menyangkut upaya yang dilakukan untuk megantisipasi kecendrungan dimasa yang akan datang dan penentuan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan organisasi. Di antara kecendrungan dunia bisnis sekarang, misalnya, bagaimana merencanakan bisnis yang ramah lingkungan, bagaimana merancang organisasi bisnis yang mampu bersaing dalam persaingan global, dan lain sebagainya.

2.2.2.2.2 Pengorganisasian atau *organizing*, yaitu proses yang menyangkut bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan didesain dalam sebuah struktur organisasi yang tepat dan tangguh, sistem dan lingkungan organisasi yang kondusif, dan bisa memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi bisa bekerja secara efektif dan efisien guna pencapaian tujuan organisasi.

2.2.2.2.3 Pengimplementasian atau *Directing*, yaitu proses implementasi program agar bisa di jalankan seluruh pihak tersebut dpat menjalankan tanggung jawab dengan penuh kesadaran dan produktifitas yang tinggi.

2.2.2.2.4 Pengendalian dan pengawasan atau *controlling*, yaitu proses yang dilakukan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, di organisasikan, dan diimplementasikan bisa berjalan sesuai dengan target yang di harapkan sekalipun berbagai perubahan terjadi dalam lingkungan dunia bisnis yang dihadapi.¹⁵

2.2.3 Teori Pemasaran

2.2.3.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan penting dari perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang pada akhirnya dapat

¹⁵ Ernie tisnawati sule dan Kurniawan saefullah, *pengantar manajemen*. h. 8.

menghasilkan keuntungan. Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”.

Menurut Kotler dan Armstrong pemasaran adalah suatu proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Sedangkan menurut American Marketing Association (AMA) menawarkan definisi formal berikut “Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya”.¹⁶ Menangani proses pertukaran ini membutuhkan banyak kerja dan keterampilan mencapai kesuksesan usaha. Keberhasilan perusahaan pada dasarnya adalah keberhasilan dalam pemasarannya, karena itu pimpinan harus senantiasa memantau dan mengelola pemasaran usahanya secara terus menerus bagai mana sistem pemasarannya, distribusi, penentuan harga, kemasan produk (barang/jasa), serta promosi merupakan sasaran pengelolalaan ilmiah harus diterapkan demi tercapainya sasaran.

Philip Kotler mendefenisikan pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.¹⁷ Dari pengertian tersebut dapat diuraikan bahwa pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa. Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen,

¹⁶Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, h.5.

¹⁷Kasmir, *Pemasaran Bank*, Cet:III, (Jakarta: Kencana, 2008), h.53.

maka setiap perusahaan perlu melakukan riset pemasaran, karena dengan melakukan riset pemasaran inilah dapat diketahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang sebenarnya. Berikut definisi sosial pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.¹⁸

Produk adalah barang yang biasa di pasarkan untuk memenuhi permintaan konsumen. Bagi pegawai pemasaran, mereka harus memahami dan mengetahui seluk beluk produk yang akan dijual. Karena diantara faktor yang menunjang kesuksesan dalam pemasaran. Terkait dengan pelayanan terhadap konsumen, terdapat tiga fase yang harus dipahami oleh pegawai pemasaran, yaitu: *pertama*, menentukan keunggulan produk, *kedua*, transformasi keunggulan tersebut pada produk sesungguhnya dan yang *ketiga*, mengembangkan produk dengan nilai tambah. Promosi adalah upaya untuk memberi tahukan atau menawarkan produk dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkomsumsinya. Untuk memikt pembeli.¹⁹

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses yang melibatkan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian yang mencakup barang dan jasa yang dilakukan perusahaan yang hanya berorientasi pada usaha pemasaran yang berhubungan dengan produk saja tidak akan cukup untuk mengantisipasi persaingan sehingga harus mempertimbangkan juga keefektifan usaha perusahaan untuk mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan.

¹⁸Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, h.5.

¹⁹ Muhammad Sulaiman dan Aizuddinur Zakaria, *Jejak Bisnis Rasul*, (Cet. 1. Jakarta selatan: Hikmah, 2010). h. 182-183.

2.2.3.2 Konsep Inti Dalam Pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan lebih efisien dari yang dilakukan pesaing sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat.²⁰

2.2.3.2.1 Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan

Kebutuhan adalah syarat hidup dasar manusia. Keinginan ketika diarahkan keobjek tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut. Dan permintaan adalah keinginan akan produk-produk tertentu yang didukung oleh kemampuan untuk membayarnya.

2.2.3.2.2 Pasar sasaran, Positioning, dan Segmentasi

Mengidentifikasi dan membuat profil dari kelompok pembeli yang berbeda, yang mungkin lebih menyukai atau menyingkirkan bauran produk dan jasa yang beragam, dengan meneliti perbedaan demografis, psikografis, dan perilaku diantara pembeli, setelah mengidentifikasi segmen pasar, pemasar lalu memutuskan segmen mana yang memberikan peluang terbesar, segmen mana yang memberikan peluang terbesar, segmen itulah yang akan menjadi pasar sasarannya. Untuk setiap segmen, perusahaan mengembangkan suatu penawaran pasar yang diposisikannya.

2.2.3.2.3 Penawaran dan Merek

Penawaran dapat berupa suatu kombinasi produk, jasa, informasi, dan pengalaman. Dan Merek (*brand*) adalah suatu penawaran dari sumber yang diketahui.

²⁰Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Cet I, (Jakarta:PT. RajaGrafindo Persada, 2003), h.173.

2.2.3.2.4 Nilai dan Kepuasan

Nilai mencerminkan sejumlah manfaat, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud dan biaya yang dipersepsikan oleh pelanggan. Nilai adalah kombinasi kualitas, pelayanan, dan harga, yang disebut juga “tiga elemen nilai pelanggan”. Nilai juga berupa konsep yang sentral perannya dalam pemasaran. Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi.

2.2.3.2.5 Saluran Pemasaran

Untuk mencapai pasar sasaran, pemasar menggunakan tiga jenis saluran pemasaran:

Saluran komunikasi menyampaikan dan menerima pesan dari pembeli sasaran. Saluran distribusi untuk menggelar, menjual, atau menyampaikan produk fisik atau jasa kepada pelanggan atau pengguna. Saluran layanan untuk melakukan transaksi dengan calon pembeli.

2.2.3.2.6 Rantai Pasokan

Rantai pasokan (*supply chain*) adalah saluran yang lebih panjang yang membentang dari bahan mentah hingga komponen sampai produk akhir yang diantarkan ke pembeli akhir.

2.2.3.2.7 Persaingan

Persaingan mencakup semua penawaran dan produk substitusi yang ditawarkan oleh pesaing, baik yang aktual maupun yang potensial, yang mungkin dipertimbangkan oleh seorang pembeli.

2.2.3.2.8 Lingkungan Pemasaran

Lingkungan pemasaran terdiri dari lingkungan tugas dan lingkungan luas. Lingkungan tugas mencakup para pelaku yang terlibat dalam produksi, distribusi, dan promosi penawaran. Lingkungan luas terdiri atas enam komponen: lingkungan demografi, lingkungan ekonomi, lingkungan fisik, lingkungan teknologi, lingkungan politik-hukum, dan lingkungan sosial budaya.²¹

2.2.4 Teori Etika Bisnis Islam

2.2.4.1 Etika bisnis, Strategi Bisnis, dan Tujuan Bisnis

Etika bisnis yang sesuai syariah berlandaskan imam kepada Allah dan Rasulnya atau menjalankan segala perintah Allah dan Rasulnya dan menjauhi larangan Allah dan Rasulnya. Dengan demikian perilaku dalam bisnis hendaknya sesuai dengan yang dianjurkan oleh Allah dan Rasulnya, menghindari yang dilarang serta menjauhi produk yang dilarang oleh Allah dan Rasulnya. Strategi bisnis yang sesuai syariah adalah berupaya dengan sungguh-sungguh dijalan Allah dengan mengelola sumberdaya secara optimal untuk mencapai tujuan yang terbaik di sisi Allah, baik di dunia maupun di akhirat. Sedangkan tujuan bisnis yang sesuai syariah adalah mendapat keuntungan yang besar baik di dunia maupun diakhirat, perilaku bisnis yang dilarang Allah, Rasulnya dan produk yang dilarang Allah dan Rasulnya.²²

Dalam sebuah bisnis yang kaitannya dengan halal dan haram bagaimana dalam menjalankan sebuah bisnis harus melihat apakah halal atau haram, perbedaan haram dan halal bukan saja mengharuskan tujuannya meski benar, namun sarana untuk mencapai tujuan itu juga harus baik. Perintah al-qur'an untuk mencari nafkah setelah

²¹Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, h.12-15.

²²M. Suyanto, *Etika dan Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW*, (Yogyakarta: C.V ANDI), h,183.

melakukan ibadah ritual, mengimplementasikan bahwa seseorang hendaknya mengikuti perilaku yang diperkenankan dan dihalalkan dalam mendapatkan penghasilan. Penyucian hati yang dihasilkan oleh ibadah ritual juga hendaknya mensucikan niat dan metode mereka dalam mencari nafkah dan penghasilan. Seorang muslim diperintahkan menanamkan modalnya dalam perdagangan yang halal meskipun mungkin akan menghasilkan ubtug yang sedikit jika dibandingkan dengan penanaman modal pada wilayah-wilayah yang haram. Konsep ini bukan hanya saja tidak mungkin bisa di mengerti namun pada saat yang sama tidak akan mungkin diterima oleh para pelaku bisnis yang berorintasi pada pada sistem kapitalis.²³ Prilaku bisnis yang diharamkan seperti riba secara riteral berarti peningkatan dan penambahan. Secara teknikal riba berarti penambahan jumlah hutang dalam waktu yang ditentukan karena masa pinjaman dipanjangkan waktunya, atau orang yang meminjam tidak mampu membayar pada waktu yang telah ditentukan. Kemudian masalah penipuan islam menuntut pemeluknya untuk menjadi orang yang jujur dan amanah. Orang yang melakukan penipuan dan kelicikan tidak dianggap sebagai ummat islam yang sesungguhnya, meskipun dari lisannya keluar pernyataan bahwa di seorang muslim. Ini menandakan betapa berat konsekuensi yang di dapat ketika dalam menjalankan bisnis tidak sesuai denga syariat islam. Penulis dapat menyimpulkan bahwa etika bisnis, strategi bisnis dan tujuan bisnis saling berkaitan satu sama lain, Al Quran memberikan tuntunan bahwa dalam menjalankan bisnis hendaknya menggunakan jihad fisabilillah dengan harta dan jiwa dengan prinsip hablum minannas dan hablum minallah.

²³ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Cet. II, Jakarta Timur: Pustaka Al-Kausar, 2003), h. 60-62.

2.2.4.2 Pandangan Islam tentang pemasaran

Pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator ke stakeholders, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Allah SWT, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.²⁴ Maka dari itu pemasaran dalam pandangan Islam harus mengedepankan prinsip syariah dan tuntutan kaidah Islam agar tidak mengalami kecurangan yang dapat merugikan pihak yang lain.

Orientasi pemasaran adalah pasar sebab pasar merupakan mitra sasaran dan sumber penghasilan yang dapat menghidupi dan mendukung pertumbuhan perusahaan, apapun yang dilakukan oleh aktivitas pemasaran akan berorientasi pada kepuasan pasar. Kepuasan pasar adalah kondisi saling ridha dan rahmat antara pembeli dan penjual atas transaksi yang dilakukan, dengan adanya keridhaan ini, maka membuat pasar tetap loyal terhadap produk perusahaan dalam jangka waktu yang panjang.

Pemasaran dalam bisnis Islami sangat mengedepankan dengan adanya konsep rahmat dan ridha, baik dari penjual dan pembeli, sampai dari Allah SWT, aktifitas pemasaran harus didasari pada etika dalam bauran pemasarannya.²⁵ Sehubungan dengan ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

²⁴Dapat dilihat dalam http://www.academia.edu/7612363/Paper_Etika_Bisnis_Islam (Diakses pada tanggal 27 februari 2016)

²⁵Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Akademi Manajemen Perusahaan; Yogyakarta), h.100-101.

- 2.2.4.3 Etika pemasaran dalam konteks produk:
 - 2.2.4.3.1 Produk yang halal dan thoyyib
 - 2.2.4.3.2 Produk yang berguna dan dibutuhkan
 - 2.2.4.3.3 Produk yang berpotensi ekonomi atau benefit
 - 2.2.4.3.4 Produk yang bernilai tambah yang tinggi
 - 2.2.4.3.5 Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial
 - 2.2.4.3.6 Produk yang dapat memuaskan masyarakat
- 2.2.4.4 Etika pemasaran dalam konteks harga:
 - 2.2.4.4.1 Beban biaya produksi yang wajar
 - 2.2.4.4.2 Sebagai alat kompetisi yang sehat
 - 2.2.4.4.3 Diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat
 - 2.2.4.4.4 Margin perusahaan yang layak
 - 2.2.4.4.5 Sebagai alat daya tarik bagi konsumen
- 2.2.4.5 Etika pemasaran dalam konteks distribusi:
 - 2.2.4.5.1 Kecepatan dan ketepatan waktu
 - 2.2.4.5.2 Keamanan dan keutuhan barang
 - 2.2.4.5.3 Sarana kompetisi memberikan pelayanan tepat dan cepat
- 2.2.4.6 Etika pemasaran dalam konteks promosi:
 - 2.2.4.6.1 Sarana memperkenalkan barang
 - 2.2.4.6.2 Informasi kegunaan dan kualifikasi barang
 - 2.2.4.6.3 Sarana daya tarik barang terhadap konsumen
 - 2.2.4.6.4 Informasi fakta yang dipotong kejujuran

Etika dalam pemasaran tentunya perlu didasari pada nilai-nilai yang dikandung Al-Quran dan Hadits, berikut ayat yang dijadikan pijakan etika dalam pemasaran, dalam Q.S an-nisa/4:29.

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

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”²⁶

Teladan Rasulullah dalam berdagang kiranya dapat dijadikan acuan dalam memasarkan produknya, Beberapa kiat dan etika Rasulullah dalam membangun citra usahanya:

- 2.2.4.7 Penampilan
- 2.2.4.8 Pelayanan
- 2.2.4.9 Persuasi
- 2.2.4.10 Pemuasan

2.3 Tinjauan Konseptual

Travel adalah pergerakan orang antara lokasi geografis yang relatif jauh, dan dapat melibatkan perjalanan dengan berjalan kaki, sepeda, mobil, kereta api, kapal, pesawat, atau cara lain, dengan atau tanpa bagasi, dan dapat menjadi salah satu cara atau round trip. Travel juga dapat mencakup menginap yang relatif singkat.²⁷ Travel

²⁶ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Akademi Manajemen Perusahaan; Yogyakarta), h.101

²⁷Dapat dilihat di <http://novianto-anto-fisip.web.unair.ac.id/artikel-detail-70003-Umum-Pengantar%20Pariwisata.html> (Diakses 26 Februari 2016).

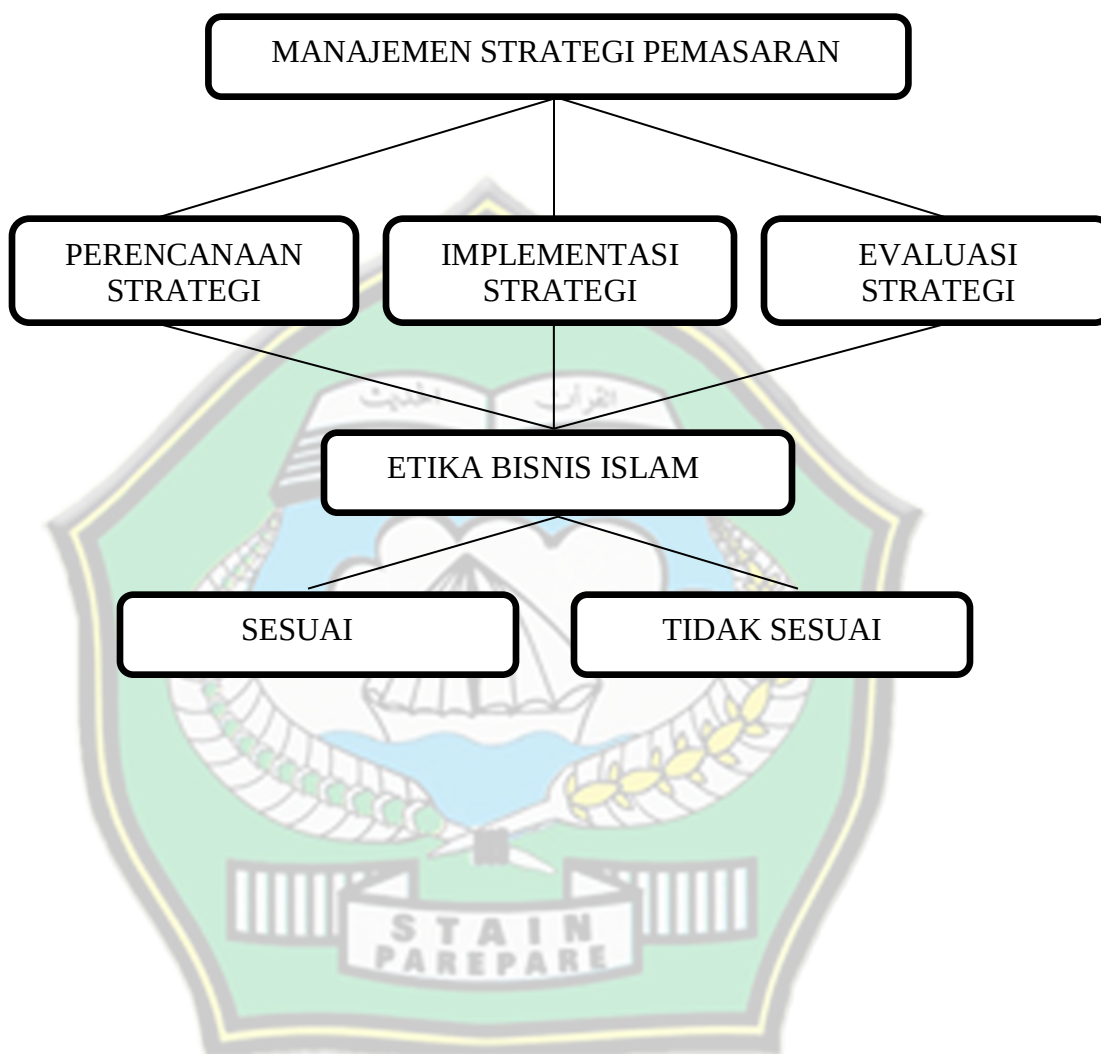
PT. Dua ribu Wisata menawarkan suatu produk haji dan umrah untuk memudahkan seorang muslim untuk berkunjung kerumah Allah.

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas maka “*Manajemen Strategi Pemasaran pada Travel Studi PT. Dua Ribu Wisata (Prespektif Etika Bisnis Islam* “ adalah bagaimana siasat perusahaan biro perjalanan haji dan umrah dalam mengatur dan mencapai tujuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen, serta pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih baik daripada yang dilakukan pesaingnya dalam perspektif etika bisnis Islam.

2.4 Bagan Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan kita. Kerangka berfikir disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relavan. Kerangka berpikir merupakan argumentasi kita dalam merumuskan hipotesis, maka kerangka berpikir menggunakan logika deduktif (untuk metode kuantitatif) dengan memakai pengetahuan ilmiah sebagai premis-premis dasarnya. Kerangka berpikir adalah buatan kita sendiri (bukan buatan orang lain), yaitu cara kita berargumentasi dalam merumuskan hipotesis. Argumentasi itu harus analitis, sistematis, dan menggunakan teori yang relavan.²⁸

²⁸ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, Edisi II, (Cet.I ; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), h.38

BAGAN KERANGKA PIKIR

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif ialah studi yang mendiskripsikan atau menjabarkan situasi dalam bentuk transkrip dalam wawancara, dokumen tertulis, yang tidak dijelaskan melalui angka. Penelitian yang bersifat metode kualitatif adalah metode yang mengungkap berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.¹ yang menghasilkan data deskriptif dan tertulis dengan informasi dari orang yang terlibat dalam objek, dalam hal ini adalah pihak yang berwenang dalam menangani strategi pemasaran.

Dalam hal ini penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu lebih kepada penelitian yang bersifat deskriptif dalam artian suatu penelitian yang lebih memprioritaskan pada gambaran kejadian-kejadian yang ada dan berlangsung pada saat ini atau saat yang lampau.

Selain itu, dapat menentukan frekuensi penyebaran suatu gejala yang ada hubungannya antara gejala yang satu dengan gejala yang lainnya. Penelitian ini lebih ditekankan kepada penelitian lapangan dengan mengadakan di Parepare. Disamping itu sebagai karya ilmiah tidak terlepas mengadakan penelitian kepustakaan dengan cara melalui buku yang relevan dengan masalah yang diangkat.

¹Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Cet. I; Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h.22.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian penulis yaitu daerah Parepare. Peneliti akan melakukan penelitian secara penuh di bagian pemasaran pada travel Haji dan Umrah PT.Dua Ribu Wisata di daerah parepare. Dan waktu yang akan digunakan dalam penelitian ini $\pm$ 2 bulan.

3.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dimaksud untuk memberi batasan hal-hal yang akan diteliti oleh peneliti, dan juga akan berguna untuk memberikan arahan kepada peneliti untuk memilih data yang sesuai dengan penelitian untuk menjawab rumusan masalah. Maka fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui startegi manajemen pemasaran haji dan umrah pada travel PT.Dua Ribu Wisata.

3.4 Jenis Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.² dalam penelitian ini akan digunakan sumber data yang diperoleh dari data primer dan data sekunder.

3.1.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan yang bersumber baik melalui wawancara kepada pimpinan dan karyawan maupun observasi dari masyarakat. Tentang bagaima mana strategi manajemen pemasaran dalam prespektif Islam pada travel haji dan umrah.

²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*, Edisi Revisi IV(Cet. II; Jakarta: PT Rineka Cipta, 1998), h.114

3.1.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bersumber dari buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, artikel, dan kepustakaan. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari pengumpulan data melalui dokumentasi atau buku-buku ilmiah, dokumen-dokumen resmi.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode diskriptif kualitatif. Metode kualitatif yaitu dengan menghimpun data menggunakan metode sebagai berikut:

3.5.1 Observasi yaitu peneliti melakukan pengamatan langsung pada masyarakat di lokasi penelitian tentang strategi manajemen pemasaran. Informasi yang didapat dalam observasi adalah pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian, atau peristiwa pada lokasi penelitian. observasi dilakukan untuk menyajikan gambaran realistis perilaku atau kejadian, menjawab pertanyaan, maupun membantu mengerti perilaku manusia.³

3.5.2 Wawancara yaitu komunikasi dengan informan untuk menggali keterangan informan mengenai strategi manajemen pemasaran. Teknik yang akan digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan.⁴

³Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Cet.I: Jakarta: Kencana, 2011), h. 140.

⁴Juliansyah Noor, *metodologi Penelitian*, h. 138.

3.5.3 Dokumentasi adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip, termasuk juga tentang teori, pendapat, dalil atau hukum, dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.⁵

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Buku teknik analisis data adalah proses mensistematiskan apa yang sedang diteliti dan mengatur hasil wawancara seperti apa yang dilakukan dan dipahami, supaya peneliti bisa menyajiakan apa yang didapatkan pada informan.⁶ Pekerjaan analisis data dalam hal ini mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode dan mengategorikan data yang terkumpul baik dari catatan lapangan gambar, foto atau dokumen berupa laporan.

Analisis data nantinya akan menarik kesimpulan yang bersifat khusus atau berangkat dari kebenaran yang bersifat umum mengenai suatu fenomena dan mengenerelisasikan kebenaran tersebut pada suatu peristiwa atau data yang berisikan dengan fenomena yang bersangkutan.⁷ Pengelolaan data dalam penelitian lapangan berlangsung sejak proses pengumpulan data yang dilakukan melauli tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi data.

3.6.2 Reduksi data

Dari data-data yang diperoleh dalam penelitian dipilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Data-data yang telah direduksi memberikan gambaran

⁵Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-Aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 191.

⁶Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif* (Cet.II ; Malang: UIN Maliki Press, 2010), h. 353.

⁷Sifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Cet. 2; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000).

yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencari data-data tersebut jika sewaktu-waktu diperlukan.⁸

3.6.3 Penyajian data

Proses penyajian data dari keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi menjadi informasi yang tersusun. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian naratif, bagan. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja penelitian sebelumnya.⁹

3.6.4 Kesimpulan atau verifikasi data

Dari data yang didapat oleh peneliti di lapangan peneliti mencoba mengambil kesimpulan. Pada awalnya kesimpulan itu kabur, akan tetapi lama-kelamaan semakin jelas karena data yang diperoleh semakin banyak dan mendukung. Verifikasi dapat dilakukan dengan singkat yaitu dengan cara mengumpulkan data baru.¹⁰

⁸Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Cet. 6; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h.86.

⁹Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Cet. 13; Bandung: Alfabeta. 2011), h.249.

¹⁰Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi penelitian sosial*, h. 87.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi penelitian

4.1.1 Asal Mula dan Sejarah Kota Parepare

Diawal perkembangannya dataran tinggi yang sekarang ini, yang disebut Kota Parepare, dahulunya adalah merupakan semak-semak belukar yang diselang-selingi oleh lubang-lubang tanah yang agak miring tempat tumbuhnya semak-semak tersebut secara liar dan tidak teratur, mulai dari utara (Cappa Ujung) hingga ke jurusan selatan kota. Kemudian dengan melalui proses perkembangan sejarah sedemikian rupa dataran itu dinamakan Kota Parepare.

Lontara Kerajaan Suppa menyebutkan, sekitar abad XIV seorang anak Raja Suppa meninggalkan Istana dan pergi ke selatan mendirikan wilayah tersendiri pada tepian pantai karena hobbynya memancing. Wilayah itu kemudian dikenal sebagai kerajaan Soreang, kemudian satu lagi kerajaan berdiri sekitar abad XV yakni Kerajaan Bacukiki. Dalam satu kunjungan persahabatan Raja Gowa XI, Manrigau Dg. Bonto Karaeng Tonapaalangga (1547-1566) berjalan-jalan dari kerajaan Bacukiki ke Kerajaan Soreang. Sebagai seorang raja yang dikenal sebagai ahli strategi dan pelopor pembangunan, Kerajaan Gowa tertarik dengan pemandangan yang indah pada hamparan ini dan spontan menyebut “Bajiki Ni Pare” artinya “Baik dibuat pelabuhan Kawasan ini”. Sejak itulah melekat nama “Parepare” Kota Pelabuhan. Parepare akhirnya ramai dikunjungi termasuk orang-orang melayu yang datang berdagang ke kawasan Suppa.

Melihat posisi yang strategis sebagai pelabuhan yang terlindungi oleh tanjung di depannya, serta memang sudah ramai dikunjungi orang-orang, maka Belanda pertama kali merebut tempat ini kemudian menjadikannya kota penting di wilayah bagian tengah Sulawesi Selatan. Di sinilah Belanda bermarkas untuk melebarkan sayapnya dan merambah seluruh dataran timur dan utara Sulawesi Selatan. Hal ini yang berpusat di Parepare untuk wilayah Ajatappareng. Pada zaman Hindia Belanda, di Kota Parepare, berkedudukan seorang Asisten Residen dan seorang Controlur atau Gezag Hebbber sebagai Pimpinan Pemerintah (Hindia Belanda), dengan status wilayah pemerintah yang dinamakan “Afdeling Parepare” yang meliputi, Onder Afdeling Barru, Onder Afdeling Sidenreng Rappang, Onder Afdeling Enrekang, Onder Afdeling Pinrang dan Onder Afdeling Parepare.

Pada setiap wilayah/Onder *Afdeling* berkedudukan *Controlur* atau *Gezag Hebbber*. Disamping adanya aparat pemerintah Hindia Belanda tersebut, struktur Pemerintahan Hindia Belanda ini dibantu pula oleh aparat pemerintah raja-raja bugis, yaitu Arung Barru di Barru, Addatuang Sidenreng di Sidenreng Rappang, Arung Enrekang di Enrekang, Addatung Sawitto di Pinrang, sedangkan di Parepare berkedudukan Arung Mallusetasi.

Struktur pemerintahan ini, berjalan hingga pecahnya Perang Dunia II yaitu pada saat terhapusnya Pemerintahan Hindia Belanda sekitar tahun 1942. Pada zaman kemerdekaan Indonesia Tahun 1945, struktur pemerintahan disesuaikan dengan Undang-undang Nomor 1 Tahun 1945 (Komite Nasional Indonesia). Dan selanjutnya Undang-undang Nomor 2 Tahun 1948, dimana struktur pemerintahannya juga mengalami perubahan, yaitu di Daerah hanya ada Kepala Daerah atau Kepala

Pemerintahan Negeri (KPN) dan tidak ada lagi semacam Asisten Residen atau Ken Karikan.

Pada waktu status Parepare tetap menjadi Afdeling yang wilayahnya tetap meliputi 5 Daerah seperti yang disebutkan sebelumnya. Dan dengan keluarnya Undang-Undang Nomor 29 tahun 1959 tentang pembentukan dan pembagian Daerah-daerah tingkat II dalam wilayah Propinsi Sulawesi Selatan, maka ke empat Onder Afdeling tersebut menjadi Kabupaten Tingkat II, yaitu masing-masing Kabupaten Tingkat II Barru, Sidenreng Rappang, Enrekang dan Pinrang, sedang Parepare sendiri berstatus Kota Praja Tingkat II Parepare. Kemudian pada tahun 1963 istilah Kota Praja diganti menjadi Kotamadya dan setelah keluarnya Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah, maka status Kotamadya berganti menjadi “KOTA” sampai sekarang ini. Didasarkan pada tanggal pelantikan dan pengambilan sumpah Walikotamadya Pertama H. Andi Mannaungi pada tanggal 17 Februari 1960, maka dengan Surat Keputusan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Nomor 3 Tahun 1970 ditetapkan hari kelahiran Kotamadya Parepare tanggal 17 Februari 1960.

4.1.1.1 Letak Kecamatan Soreang

Kecamatan Soreang merupakan salah satu kecamatan terdiri dari 4 (empat) Kecamatan di Kota Parepare yang terletak di Ibu Kota parepare. Kecamatan Soreang terdiri dari 7 (tujuh) kelurahan yaitu:

4.1.1.1. Kelurahan Bukit Harapan (Kodepos: 91131)

4.1.1.2. Kelurahan Bukit Indah (Kodepos: 91131)

4.1.1.3. Kelurahan Kampung Pisang (Kodepos: 91131)

4.1.1.4. Kelurahan Ujung Baru (Kodepos: 91131)

4.1.1.5. Kelurahan Ujung Lare (Kodepos: 91131)

4.1.1.6. Kelurahan Wattang Soreang (Kodepos: 91132)

4.1.1.7. Kelurahan Lakessi (Kodepos: 91133).¹

4.1.2 Sejarah Lahirnya PT. Dua Ribu Wisata

Dewasa ini kepariwisataan berwawasan Agama (religius tourism) telah berkembang menjadi semakin penting. Di Indonesia negeri dengan penduduk muslim terbesar dunia, kepariwisataan bernuansa Islamiah telah berkembang pesat. Untuk memenuhi kebutuhan umat akan pelayanan profesional dibidang penyelenggaraan ibadah Haji dan Umrah, telah hadir PT. Dua Ribu Wisata yang siap melayani umat dengan motto kami: ***Berawal dari Niat, Inshaallah Terwujud Segalanya.***

Dua Ribu Wisata telah memiliki izin sebagai biro perjalanan wisata yang dikeluarkan di Jakarta pada tanggal 14 Juni 2000 dengan No.203/IU.BPW/KW.PSB/06/2000. Sebagai penyelenggara Umrah dan haji Khusus (ONH Plus) PT. Dua Ribu Wisata memiliki izin dari Departemen Agama RI dengan No. izin Umrah: D/46 Tahun 2001 dan izin Haji D/237 Tahun 2002.

Sejak didirikannya pada tahun 2000 yang lalu, para pendiri PT. Dua Ribu Wisata telah memiliki komitmen yang tinggi untuk memberi pelayanan terbaik bagi tamu Allah yang akan menunaikan ibadah Umrah maupun Haji khusus. Komitmen tinggi ini kami berikan berdasarkan pengalaman melayani para calon tamu Allah bersama PT. Tiga Utama. Lebih dari sepuluh tahun lamanya kami telah berupaya

¹<http://www.pareparekota.go.id>

meningkatkan mutu pelayanan dengan harapan agar para calon tamu Allah dapat menikmati dan menghayati kekhusyu'an ibadah yang dilaksanakan.

Kami menyiapkan beberapa paket perjalanan ibadah dan paket-paket lainnya yang kami susun sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan para peserta tanpa mengurangi kualitas pelayanan kami. Alhamdulillah seiring berjalannya waktu, kepercayaan masyarakat kepada perusahaan kami semakin meningkat, sehingga setiap tahunnya kami dapat memberangkatkan umrah lebih dari 800 orang dan jamaah Haji dan khusus lebih dari 200 orang. Namun, kami tidak akan cepat berpuas diri karena sebagai manusia biasa tentunya kami tak luput dari kekurangan dalam memberikan pelayanan yang lebih baik lagi di masa datang.

4.1.3 Visi Misi PT. Dua Ribu Wisata

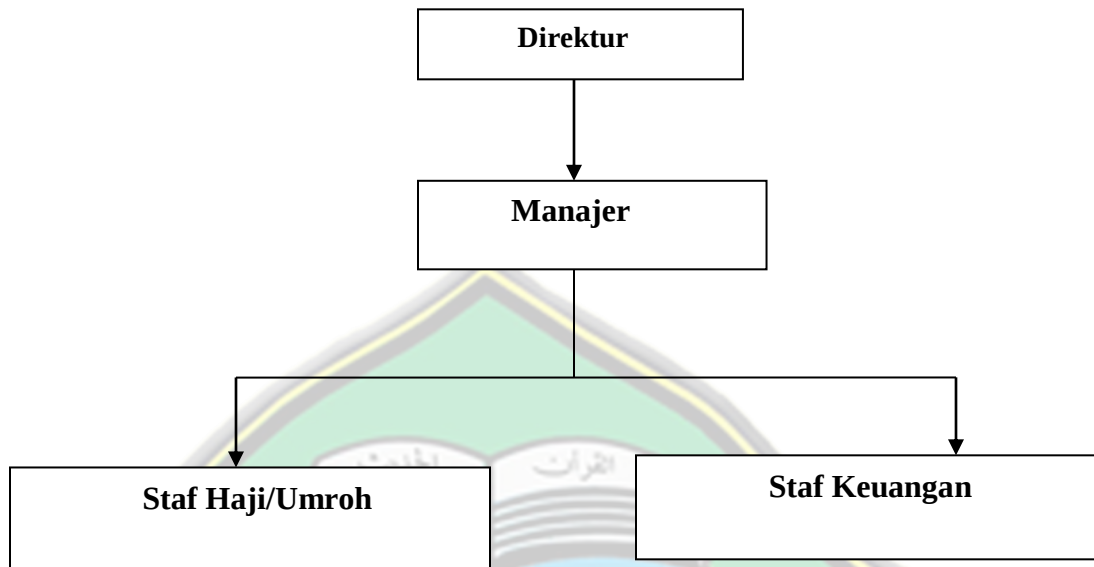
VISI

Terwujudnya pelayanan jamaah haji dan umrah secara profesional dalam suasana kekeluargaan dan kekhusyu'an ibadah untuk mencapai haji mabrur dan umrah yang maqbul.

MISI

1. Memenuhi setiap komitmen dan janji yang sudah dituangkan dalam program Haji dan Umrah PT, Dua Ribu Wisata
2. Meningkatkan kualitas pelayanan ibadah Haji dan Umrah.
3. Menambah pengetahuan serta pemahaman bagi calon jamaah Haji dan Umrah tentang pelaksanaan ibadah melalui bimbingan manasik.
4. Memelihara hubungan silaturahmi antara sesama petugas dan sesama mantan jamaah Haji dan Umrah PT. Dua Ribu Wisata melalui reuni pasca Haji dan Umrah.

4.1.4 Struktur Organisasi



4.1.4.1 Direktur

Bertanggung secara menyeluruh mengenai perusahaan, mengambil keputusan secara global, dan menjalankan tugas sebagai penasehat

4.1.4.2 Manajer

Penanggung jawab haji dan umrah travel secara keseluruhan, menyusun paket Haji dan umrah perjalanan lainnya, menentukan akomodasi secara keseluruhan, dan bertanggung jawab atas segala perizinan yang menyangkut haji dan umrah.

4.1.4.3 Staf Haji dan Umrah

Menerima calon jamaah haji dan umrah, memberikan penjelasan kepada calon jamaah/calon tamu, menerima pendaftaran calon jamaah, memperkenalkan program/paket yang ada, bertanggung jawab atas dokumen dan fasilitas perjalanan.

4.1.4.4 Staf Keuangan

Membuat laporan kegiatan usaha untuk tiap bulan, dan Bertanggung jawab atas bukti kas yang masuk dan yang keluar.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Perencanaan Strategi Dalam Manajemen Strategi Pemasaran Pada Travel PT. Dua Ribu Wisata.

Travel merupakan pergerakan orang antara lokasi geografis yang relatif jauh, dan dapat melibatkan perjalanan dengan perjalanan kaki, sepeda, mobil, kereta api, kapal, pesawat, atau cara lain, dengan atau tanpa bagasi, dan dapat menjadi salah satu cara atau round dan trip. Kemudian kaitannya dengan Ibadah haji merupakan rukun Islam kelima. Kewajiban untuk berhaji, minimal sekali dalam hidup, dibebankan hanya kepada seorang muslim yang mampu dalam arti luas, yaitu mampu secara jasmani maupun rohani. Selain itu, “mampu” berarti juga mampu secara finansial, dalam arti memiliki dana yang diperlukan untuk menjalankan ibadah haji yang dilaksanakan di tempat jauh. Sebab hal tersebut, ibadah haji bisa dikatakan ibadah unik. Tidak semata bentuk ritualnya itu sendiri, pelaksanaan ibadah ini melibatkan unsur-unsur lain diluar aspek ritual agar pelaksanaannya dapat berjalan dengan baik, sehingga seorang akan pulang dengan predikat haji yang mabrur. Dengan kata lain, unsur-unsur diluar ritual ibadah haji yang menunjang suksesnya pelaksanaan rukun Islam kelima itu tidak boleh dikesampingkan sedikit pun.

Dalam penerapan Perencanaan strategi melibatkan penetapan serangkaian tindakan yang tepat guna mencapai tujuan perusahaan. Perencanaan strategi yang meliputi pada jangkauan masa depan yang jauh (visi), dan ditetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara

efektif (misi), dan mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal serta mengukur dan menetapkan kelemahan dan kekuatan internal dan menetapkan tujuan jangka panjang.

Jika kita kaitkan dengan strategi pemasaran ini merupakan salah satu kegiatan yang penting dari perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang pada akhirnya dapat menghasilkan keuntungan. Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Dan salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

Pemasaran juga merupakan suatu proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Pemasaran juga suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Sebagai mana hasil wawancara dengan oleh bapak Muhamad Asrhi, S, Pd. narasumber mengatakan bahwa:

Dengan adanya travel PT.Dua Ribu Wisata saya melihat sangat membantu masyarakat dalam menjalankan ibadah haji dan umroh. perencanaan strategi yang kami rencanakan dalam tavel kami penetapan strategi jangka panjang seperti visi dan misi yang kami lihat, dan bagai mana visi misi kami bisa berjalan dengan baik. Dan salah satu visi kami yang dijalankan bgaimana terwujudnya pelayanan jamaah haji yang profesioanal, dan sedangkan dalam misi kami bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan ibadah haji dan umrah ini adalah sebagai perencanaan yang kami terapkan untuk bagaimana kami bisa berjalan dengan baik ditravel kami juga memiliki keunggulan dibanding travel yang ada diparepare ini, DiParepare ini hanya ada dua travel yang

memiliki ijin dari kementrian agama ini sangat membantu perancangan travel kami.²

Sebagai peneliti dapat disimpulkan bahwa perencanaan pada travel PT, Dua Ribu Wisata ada beberapa strategi yang diterapkan bagaimana melihat dari visi dan misi, dari hasil visi misi inilah yang dijadikan sebagai landasan untuk bagaimana bisa berjalan dengan baik. inilah perencanaan yang dijalankan oleh travel ini, tidak hanya melihat bagaimana hari ini saja akan tetapi travel ini melihat juga jangka panjangnya yang disebut dengan perencanaan jangka panjang, travel PT. Dua Ribu wisata ini juga memiliki keunggulan yang bisa menjadi kekuatan dalam faktor internal perusahaan.

Strategi adalah rencana tentang bagaimana organisasi akan melakukan apapun yang harus dilakukan dalam bisnis bagaimana organisasi tersebut akan menang bersaing, dan bagaimana organisasi akan menarik serta memuaskan para pelanggannya untuk mencapai tujuannya. Dengan adanya strategi seperti ini dapat memudahkan sebuah perusahaan dapat menjalankan strategi-strategi yang diinginkan. Memang dalam menjalankan sebuah bisnis tidak terlepas yang namanya strategi sehingga dalam sebuah perusahaan mempunyai dasar berjalannya sesuatu yang diinginkan. Sebagai mana hasil wawancara oleh narasumber ibu Nurnabiya dia mengatakan bahwa:

Dalam sebuah perusahaan pasti ada yang namanya strategi atau perencanaan, karena dengan adanya strategi yang diterapkan dapat dijadikan sebagai acuan dalam menjalankan sebuah usaha, adapun perencanaan strategi yang diterapkan untuk bagaimana mendapatkan atau menarik hati masyarakat agar menggunakan jasa travel kami, untuk itu bagaimana kami menerapkan strategi yang dimana dijelaskan dalam visi dan misi, dan dengan adanya visi misi ini kami bisa menentukan langkah seperti apa yang kami harus laksanakan. dan mudah-mudahan visi misi yang kami terapkan bagaimana kami bisa menarik minat masyarakat untuk bergabung di travel kami, dengan adanya kekuatan

²Muhammad Ashry, S.Pd, Karyawan PT.Dua Ribu Wisata, Wawancara oleh penulis diParepare,18 juli 2016.

yang kami miliki seperti ada nya ijin dari kemenag merupakan peluang yang cukup besar pada travel kami.³

Peneliti melihat bahwa untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat harus membuktikan kepada masyarakat harus bagaimana visi misi kami bisa buktikan agar supaya masyarakat bisa lebih mengenal lebih dalam travel ini dan dapat menambah kualitas yang ada. Travel ini juga sangat membantu dalam menjalankan ibadah haji dan umroh. dan menurut saya ini adalah salah satu strategi yang diterapkan sehingga sehingga masyarakat tertarik atas produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Dua Ribu Wisata, besarnya peluang yang ditawarkan kepada travel PT. Dua Ribu Wisata kepada masyarakat seperti ada nya ijin dari kemenag merupakan suatu peluang yang sangat besar untuk memberi kepercayaan kepada para masyarakat, karena ada nya daftar tunggu yang terjadi pada jalur umum atau depag yang sangat lama yang membuat masyarakat lebih memilih travel yang resmi dan memiliki ijin dari kemenag dan satu diantara dua travel yang ada diParepare PT, Dua Ribu Wisata telah memiliki no ijin resmi dari kemenag.

Dan dalam sebuah perusahaan pasti ada pesaing dan dalam persaingan bagaimana perusahaan bisa mengambil sebuah tindakan dalam menghadapi pesaing tersebut, tetapi dalam menghadapi pesaing tersebut jangan sampe ada interpretasi diantara perusahaan. Sebagaimana hasil wawancara dengan narasumber oleh ibu Nilawati dia mengatakan bahwa:

Kelemahan dan ancaman (internal) dalam suatu perusahaan pasti ada maka dari itu perencanaan strategi yang kami buat atau yang rencanakan lebih bersifat kemasyarakatan ini menandakan bahwa dalam sebuah perusahaan pasti ada pesaing tetapi bagaimana kami mengambil sebuah tindakan untuk bagaimana melihat pesaing kami tidak ada interpretasi di dalamnya. seperti merencanakan membuat brosur, menayangkan ditv lokal dan melalui sosial media, agar masyarakat mengenal lebih dekat travel kami, sosialisasi juga

³Nurnabiya, Karyawan PT.Dua Ribu Wisata, Wawancara oleh penulis diParepare,18 juli 2016.

penting dalam perencanaan strategi kami agar kami dapat menjelsakan lebih lengkap bagaimana gambaran travel kami sendiri, dan seperti yang diketahui kami telah memiliki kekuatan dan peluang(faktor eksternal).⁴

Sebagai peneliti menyimpulkan bahwa faktor internal dan eksternal yang diterapkan dalam perencanaan strategi sangat mendapatkan respon yang sanagat baik dari masyarakat, inilah perencanaan yang diterapkan sehingga dalam menerpkan sebuah strategi harus melihat keadaan masyarakat seperti apa yang harus diberikan, seperti memberikan rasa kepercayaan yang diberikan jangan sampai ada hal-hal yang bisa merugikan. Dan juga peneliti melihat bahwa strategi yang diterapkan bagaimana menyentuh langsung kemasyarakat dan mampu membuktikan bahwa travel kami tidak seperti travel yang banyak diberitakan diberbagai media dan dapat dibuktikan kepada masyarakat. Dan ketika melihat dari sisi etika Islamnya saya bisa katakana bahwa tidak keluar dari jalan yang sudah ditetapkan ajaran Islam. seperti adanya unsur membohongi, menipu dan lain sebagainya. Bahwa travel ini betul-betul bagai mana memberikan yang terbaik untuk para peserta travel.

Sebagai peneliti dapat menyimpulkan perencanaan strategi dalam manajemen strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Dua Ribu Wisata, bagaimana sudah menjalankan sesuai dengan visi misi dan sudah berjalan baik dan tidak merugikan masyarakat karena tidak keluar dari jalur etika yang Islami dalam tinjauan Islam mengenai pemasaran yang berbasis bisnis sangat mengedepankan nilai-nilai Islam dengan adanya konsep rahmat dan ridho, baik dari penjual dan pembeli, sampai dari Allah SWT, aktifitas masyarakat pemasaran harus didasari pada etika dalam bauran pemasarannya. Sehubungan dengan ini produk yang ditawarkan yang halal, berguna dan dibutuhkan, berpotensi ekonomi, dan yang paling utama memuaskan masyarakat,

⁴ Nilawati, Karyawan PT.Dua Ribu Wisata, Wawancara oleh penulis diParepare,18 juli 2016.

dengan perencanaan strategi yang direncanakan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam. Makanya melihat respon masyarakat sangat baik, karena apa yang diterapkan sesuai dengan Islam dan terutamanya membantu dalam melakukan ibadah haji dan umroh.

4.2.2 Implementasi Strategi Dalam Manajemen Strategi Pemasaran Pada Travel

PT. Dua Ribu Wisata

Didalam implementasi strategi perusahaan diharapkan atau merumuskan tujuan perusahaan, memikirkan dan merumuskan kebijakan, memotifasi karyawan serta mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang sudah diformulasikan dapat dilaksanakan. Mengimplementasikan berarti menggerakkan para karyawan dan manajer untuk menempatkan strategi yang telah direncanakan menjadi tindakan yang nyata. Implementasi strategi memerlukan kinerja dan disiplin yang tinggi tetapi juga diimbangi dengan imbalan yang memadai. Tantangan implementasi adalah menstimulir para manajer dan karyawan melalui organisasi agar mau bekerja dengan penuh kebanggaan dan antusias kearah pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. dengan kata lain bahwa implementasi strategi ini bagaimana semua karyawan menerapkan strategi yang telah disepakati sehingga ada bukti yang nyata bahwa implementasi yang diterapkan sudah sesuai dengan strategi yang direncanakan.

Sebagaimna hasil wawancara dengan narasumber oleh bapak Muhamad Ashri, S,Pd narasumber mengatakan bahwa:

Saya melihat dalam pengimplementasia atau penerapan strategi sudah berjalan dengan baik karena melihat juga para karyawan yang bekerja sudah ada bukti yang nyata, ini artinya bekerja dengan baik dan menerapkan strategi yang sudah direncanakan, dan dalam melihat peserta yang ada alhamdulillah

meningkat setiap tahunnya ini menandakan bahwa semua hasil kerja karyawan.⁵

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa penerapan strategi yang dilakukan travel PT. Dua Ribu Wisata dapat dikatakan sudah berjalan dengan baik dengan bukti yang ada bahwa peserta jamaah Haji mengalami peningkatan setiap tahunnya. Kemudian bila kita sandingkan dengan strategi pemasaran yang telah diterapkan sudah berjalan dengan baik. Melihat juga karyawan yang bekerja sangat antusias dalam menerapkan strategi yang ada karena dapat menarik anggota yang sebanyak-banyaknya. kemudian strategi pemasaran yang diterapkan, strategi yang sangat bagus kenapa saya katakan seperti, membagikan brosur, sosialisasi kemasyarakat dengan strategi seperti ini sangat baik karena langsung menyentuh masyarakat sehingga masyarakat tertarik dengan apa yang dipasarkan oleh PT. Dua Ribu Wisata. kemudian hasil wawancara dengan narasumber ibu Nurnabiya mengatakan bahwa:

Saya melihat kinerja karyawan yang ada di travel PT.Dua Ribu Wisata sudah bekerja keras dalam menerapkan strategi yang ada. Kemudian dengan penerapan strategi pemasaran yang diterapkan sudah berjalan dengan baik, dengan penerapan strategi ini masyarakat antusias, ini dibuktikan dengan banyaknya masyarakat menggunakan jasa travel PT. Dua Ribu Wisata.⁶

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa implemetasi yang ada pada travel PT. Dua Ribu Wisata telah membuktikan bahwa telah berjalan dengan baik karna dengan antusiasnya masyarakat menggunakan jasa travel PT. Dua Ribu Wisata. ini menandakan bahwa penerapan strategi yang diterapkan oleh karyawan PT. Dua Ribu Wisata, sudah menerapkan sesuai dengan strategi yang dilakukan. ini menandakan

⁵Muhammad Asri, S.Pd, Karyawan PT.Dua Ribu Wisata, Wawancara oleh penulis diParepare,18 juli 2016.

⁶Nurnabiya, Karyawan PT.Dua Ribu Wisata, Wawancara oleh penulis diParepare,18 juli 2016.

bahwa dengan banyaknya minat masyarakat terhadap travel ini sebagai peneliti dapat melihat strategi yang diterapkan sudah berjalan dengan baik. Sebagaimana hasil wawancara dengan salah satu narasumber ibu Nurlinda dia mengatakan bahwa:

Saya ketahui PT. Dua Ribu Wisata Dari brosur dan tv lokal, dan saya mendapat informasi dari teman saya yang pernah menggunakan travel ini, dan saya mencoba untuk menggunakan jasa travel ini dan Alhamdulillah menurut saya sangat baik karna memudahkan saya dalam menjalankan ibadah Haji. Dan juga membantu masyarakat lain untuk melaksanakan Haji dan Umrah.⁷

Peneliti melihat bahwa implementasi strategi pemasaran travel PT.Dua Ribu Wisata telah dijalankan dengan baik karna masyarakat telah mengetahui travel ini melalui sosial media, brosur, dan tv lokal. Jadi dapat dikatakan travel PT. Dua Ribu Wisata telah menerapkan strategi pemasaran nya dengan baik. Kemudian hasil wawancara kepada salah satu narasumber ibu Nurkhamidar:

Yang saya ketahui PT. Dua Ribu Wisata adalah travel haji dan umrah yang memudahkan pesertanya dalam menjalankan ibadah Haji dan Umrah, yang saya baca dibrosur ada beberapa produk umrah yang dipasarkan dengan berbagai fasilitasnya, dari cerita teman yang pernah menggunakan jasa travel PT. Dua Ribu Wisata ini pelayanan yang disediakan oleh para pembimbing yang ada disana sangat memuaskan hati, jadi dari brosur dan cerita teman saya itu saya sangat tertarik menggunakan jasa travel PT. Dua Ribu Wisata ini untuk menjalankan ibadah Umrah saya nanti.⁸

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa penerapan yang telah direncanakan oleh travel PT. Dua Ribu Wisata telah dijalankan dengan baik sehingga masyarakat mempercayakan, dan menggunakan jasa travel PT. Dua Ribu Wisata ini dalam menjalankan ibadah Haji dan Umrah, dan dengan adanya travel ini masyarakat sangat

⁷Nurlinda, IRT, Takkalao, kel. Bukit Indah, kec. soreang, Wawancara oleh penulis di Takkalao, 20 juli 2016.

⁸Nurkhamidar, Pedagang, Cempae, kel. Wattang Soreang, kec. Soreang, Wawancara oleh penulis di Cempae, 21 Juli 2016.

terbantu dalam menjalankan ibadah Haji dan Umrah, kemudian masyarakat sangat puas dengan pelayanan yang diberikan para karyawannya.

Akan tetapi ada pula masyarakat yang kurang percaya terhadap travel ini diakibatkan ada beberapa hal. Sebagaimana wawancara narasumber ibu Risma mengatakan bahwa:

Iya saya mengenal travel PT. Dua Ribu Wisata. Travel Haji dan Umrah saya mengetahui travel tersebut dari brosur dan dari teman saya, untuk menggunakan sebuah jasa travel saya tidak berani karna banyaknya berita travel yang ditayangkan ditv, itu membuat saya tidak berani untuk menggunakan jasa travel.⁹

Peneliti melihat dari hasil wawancara mengenai masyarakat yang tidak menggunakan travel ini diakibatkan, banyak berita-berita mengenai travel ini sehingga ada masyarakat yang tidak menggunakan travel ini. Dan juga peneliti melihat bahwa bahwa perusahaan travel ini harus mampu membuktikan bahwa travel yang dijalankan harus dibuktikan sesuai dengan apa yang diinginkan masyarakat. Kemudian sebagaimana hasil wawancara dengan narasumber lain ibu Irma mengatakan bahwa:

Travel PT.Dua Ribu Wisata salah satu travel haji dan Umrah, saya pernah melihat ditv lokal, dan pernah mendengar dari cerita teman saya, menggunakan travel haji dan umrah akan mengeluarkan dana yang cukup banyak, belum lagi berita yang sering muncul tentang travel-travel yang ada di Indonesia membuat saya takut dan cemas menggunakan jasa travel haji dan Umrah.¹⁰

Peneliti menyimpulkan dari beberapa hasil wawancara diatas bahwa penerapan perencanaan strategi telah berjalan dengan baik karna masyarakat telah mengenal travel Haji dan Umrah PT.Dua Ribu Wisata tetapi sebagian masyarakat kurang

⁹Risma, IRT, Cempae, kel. Wattang Soreang, kec. Soreang, Wawancara oleh penulis diCempae, 21 Juli 2016.

¹⁰Irma, IRT, Cempae, kel. Wattang Soreang, kec. Soreang, Wawancara oleh penulis diCempae, 21 Juli 2016.

memahami tentang Travel itu sendiri. Dapat disimpulkan bahwa tidak semua masyarakat menerima pengimplementasian strategi yang direncanakan oleh travel PT. Dua Ribu Wisata.

Dalam pemasaran adalah sebuah disiplin strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip prinsip dalam islam. Seperti yang kita ketahui strategi bisnis yang sesuai syariah adalah berupaya dengan sungguh-sungguh dijalan Allah dengan mengelola sumberdaya secara optimal untuk mencapai tujuan yang terbaik disisi Allah, baik didunia maupun diakhirat, sedangkan tujuan bisnis yang sesuai syariah adalah mendapat keuntungan yang besar baik didunia maupun diakhirat, maka dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis dan tujuan bisnis islam saling berkaitan satu sama lain Al Quran memberikan tuntunan bahwa dalam menjalankan bisnis hendaknya jihad fisabilillah dengan harta dan jiwa dengan prinsip *hablum minannas* dan *hablum minallah*. Adapun hasil wawancara saya kepada salah satu narasumber yang telah menggunakan jasa travel PT. Dua Ribu Wisata ibu Hj. Nurnabiya:

Saya mengetahui dari teman saya dan salah satu tv lokal, PT. Dua Ribu Wisata salah satu travel haji dan umrah khusus yang memudahkan pesertanya menjalankan ibadahnya, saya sangat tertarik dengan segala fasilitas yang dijanjikan, awalnya saya ragu dan takut karna telah banyak kasus travel yang ada diberita, tetapi setelah saya diyakinkan oleh salah satu karyawannya bahwa travel ini telah memiliki surat ijin haji dan umrah saya pun membulatkan hati untuk menggunakan jasa travel PT. Dua Ribu Wisata ini, Alhamdulillah saya sangat puas dengan travel ini pelayannya sangat memuaskan bukan hanya janji-janji saja, semua yang dijanjikan terpenuhi disana ibadah Haji saya sangat lancar, ini membuktikan bahwa travel ini sangat memuaskan pesertanya.¹¹

¹¹ HJ. Nurnabiya, URT, Takkalao, kel. Bukit Indah, kec. Soreang, wawancara oleh penulis di Takkalao, 20 juli 2016.

Peneliti menyimpulkan bahwa penerapan yang telah direncanakan oleh seluruh karyawan telah dijalankan dengan baik sehingga masyarakat ingin menggunakan jasa travel ibadah Haji dan Umrah dalam menjalankan ibadahnya, dapat dilihat pelayanan juga merupakan salah satu yang terpenting dalam sebuah instansi apalagi mengenai masyarakat. tanpa adanya pelayanan yang baik maka penilaian masyarakat terhadap perusahaan akan buruk, karena pelayanan juga sebagai nilai kepuasan masyarakat terhadap perusahaan tersebut, karena nilai kepuasan adalah cerminan sejumlah manfaat, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud dan biaya yang dipersiapkan oleh pelanggan. kemudian hasil wawancara narasumber kepada salah satu masyarakat yang telah menggunakan jasa travel PT.dua Ribu Wisata ibu HJ. Kasma:

Travel PT. Dua Ribu Wisata salah satu travel haji dan umrah khusus pertama kali saya mengetahui travel ini dari brosur ada berbagai fasilitas yang ditawarkan pada travel PT. Dua Ribu Wisata, saya telah menggunakan jasa travel ini awalnya saya hanya menggunakan jasa ibadah umrahnya saja, dengan berbagai pelayanan yang sangat memuaskan sehingga saya ingin menggunakan jasa travel ini kembali, sebab travel ini tidak mengecewakan para pesertanya, saya juga sangat percaya travel ini karna telah memiliki ijin haji dan umrah yang dikeluarkan langsung dari kementerian Agama.¹²

Peneliti menyimpulkan bahwa travel PT. Dua Ribu Wisata menawarkan berbagai fasilitas yang akan diberikan kepada pesertanya, dan apa yang dijanjikan ditepati oleh para karyawan dan pembimbing haji dan umrahnya, dengan kelebihan yang dimiliki travel ini seperti memiliki surat izin haji dan umrah yang dikeluarkan oleh kementerian agama merupakan suatu kepercayaan untuk para pesertanya. Jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan dan kepercayaan adalah salah satu yang harus dipertahankan dalam sebuah perusahaan agar dapat mempertahankan suatu eksistensi

¹²HJ Kasma, IRT, Cempae, kel. Wattang Soreang, kec. Soreang, Wawancara oleh penulis diCempa e, 21 Juli 2016

dalam persaingan perusahaan. Peneliti juga dapat menyimpulkan bahwa penerapan yang dilakukan oleh travel PT. Dua Ribu Wisata telah sesuai dengan etika bisnis islam dalam memasarkan produknya karena telah terbukti apa yang dipasarkan telah sesuai dengan kenyataan yang ada, kasus travel yang marak dibertakikan selama ini kenyataannya tidak terjadi pada travel PT. Dua Ribu Wisata nyatanya dari hasil wawancara kepada beberapa narasumber semua yang telah menggunakan jasa Travel PT. Dua ribu wisata puas dengan pelayanan Haji dan Umrah nya, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dipasarkan telah sesuai dengan perspektif etika bisnis Islam karena tidak ada unsur kebohongan dan unsur kecurangan didalamnya.

4.2.3 Evaluasi Strategi Dalam Manajemen Strategi Pemasaran Pada Travel PT.

Dua Ribu Wisata.

Strategi adalah rencana tentang bagaimana organisasi akan melakukan apa pun yang harus dilakukan dalam bisnis, bagaimana organisasi tersebut akan menang bersaing, dan bagaimana organisasi akan menarik serta memuaskan para pelanggannya untuk mencapai tujuannya. dalam kaitannya dengan pemasaran harus ada strategi dalam sistem pemasaran karena merupakan salah satu kegiatan penting dari perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang pada akhirnya dapat menghasilkan keuntungan. Pemasaran juga mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial, dalam proses strategi adalah proses yang memandu perencanaan, implementasi, dan evaluasi strategi, walaupun yang pertama menjelaskan perencanaan yang harus dilakukan, implementasi dan evaluasi juga sama pentingnya. Bahkan strategi terbaik pun dapat saja gagal bila manajemen tidak mengimplementasikan atau mengevaluasi secara layak.

Dalam kaitannya dengan manajemen adalah suatu proses yang terdiri dari rangkaian kegiatan, seperti perencanaan, Pengorganisasian, pergerakan, dan pengendalian/pengawasan, yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Manajemen juga seni dalam menyelesaikan sesuatu melalui orang lain. Segala sesuatu yang perlu dilakukan dalam rangka pencapaian tujuan tertentu. Tujuan tersebut sangat beragam, tergantung dari jenis sebuah organisasi. Kegiatan-kegiatan yang biasanya dilakukan oleh sebuah organisasi bisnis diantaranya adalah kegiatan produksi, pemasaran, pengelolaan sumberdaya manusia, hingga pengelolaan keuangan yang mungkin dimiliki oleh organisasi bisnis tersebut. Semua kegiatan tersebut perlu diselesaikan karena pada praktiknya akan menunjang kepada pencapaian tujuan dan organisasi bisnis.

Dalam sebuah organisasi bisnis ada beberapa tahapan yang perlu kita ketahui yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan hingga pengawasan dan pengendalian. Kemudian manajemen juga sebuah proses yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan organisasi melalui rangkaian kegiatan berupa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumberdaya organisasi lainnya. Dapat disimpulkan bahwa manajemen pada dasarnya merupakan seni atau proses dalam menyelesaikan sesuatu yang terkait dengan pencapaian tujuan.

Sebagaimana hasil wawancara dengan narasumber bapak Muhammad Ashry, S.Pd selaku karyawan di travel PT. Dua Ribu Wisata. Dia mengatakan bahwa:

Melihat dari kinerja karyawan yang ada sudah berjalan dengan baik, kenapa saya katakan berjalan dengan baik karena strategi yang diterapkan sudah berjalan dengan baik, seperti membagikan brosur, TV lokal dan sosialisas. Akan tetapi meskipun semua yang diterapkan sudah berjalan dengan baik, tetapi pasti ada kendala dalam menerapkan strategi ini seperti, masih kurangnya pemahaman masyarakat tentang travel haji dan Umrah termasuk

travel kami sendiri. Untuk mengevaluasi semua ini ada langkah yang diterapkan seperti diadakan rapat antar sesama karyawan untuk bagaimana semua bisa berjalan dengan baik.¹³

Sebagai peneliti melihat bahwa dalam sebuah perusahaan pasti menerapkan yang namanya strategi akan tetapi dalam penerapan strategi yang ada pasti juga ada kendala yang muncul, dalam perusahaan harus ada namanya pengevaluasian untuk bagaimana mencapai keberhasilan perusahaan, tidak menjamin keberhasilan perusahaan dimasa yang akan datang karena kenapa dalam sebuah perusahaan harus mereviw faktor-faktor yang menjadi masalah, mengukur kinerja yang ada, dan mengambil berbagai tindakan perbaikan. Kemudian peneliti melihat bahwa dalam perusahaan travel PT. Dua Ribu Wisata sudah menerapkan strategi yang diterapkan tetapi ada kendala yang dihadapi seperti kurangnya pemahaman masyarakat terhadap travel ini. Dapat disimpulkan dari hasil wawancara dari karyawan travel ketika ada permasalahan yang terjadi, maka ada langkah untuk bagaimana memeperbaikinya semua seperti mengadakan rapat seluruh karyawan kemudian dibicarakan apa permasalahan yang terjadi inilah salah satu bentuk bagaimana dalam mengevaluasi strategi yang ada ketika ada permasalahan yang ada.

Kemudian sebagaimana juga hasil wawancara dengan salah satu karyawan pada travel PT. Dua Ribu Wisata ibu Nurnabiya mengatakan bahwa:

Melihat kinerja kariawan alhamdulillah sudah bekerja sangat keras demi bagaimana strategi yang direncanakan sudah diterapkan dengan baik akan tetapi ada kendala yang biasa terjadi seperti kurang pemahamannya masyarakat terhadap travel ini serta ketakutan masyarakat terhadap travel Haji dan Umrah yang gencar diberitakan saat ini. jadi bagaimana meningkat

¹³Muhammad Ashry, S.Pd, Karyawan PT.Dua Ribu Wisata, Wawancara oleh penulis diParepare,18 juli 2016.

kembali sosialisasi terhadap masyarakat untuk bagaimana masyarakat lebih paham tentang travel PT. Dua Ribu Wisata.¹⁴

Peneliti melihat bahwa dalam mengevaluasi karyawan yang ada sudah berjalan dengan baik, karena setiap ada permasalahan yang ada semua kariawan dirapatkan demi bagaimana kelancaran perusahaan. setelah karyawan di rapatkan maka akan ada tindakan yang harus diselesaikan seperti bagaimana meningkatkan pemasaran kepada masyarakat agar bagaimana menambah minat masyarakat terhadap travel ini. kemudian dalam pelaksanaan rencana manajerial dilakukan dengan cara mendelegasikan tugas kepada para bawahan yang dianggap mampu untuk melaksanakannya. Ada 3 pokok tugas yang berkaitan dengan manajemen yakni:

- 4.1.4.5 Persiapan rencana, meliputi perencanaan strategi umum yang berlaku bagi sebuah perusahaan
- 4.1.4.6 Pelaksanaan rencana
- 4.1.4.7 Dan terakhir, evaluasi yang diadakan dengan cara menganalisis dan mengevaluasi pelaksanaan rencana.

Biasanya pada akhir waktu pelaksanaan rencana muncul sebuah laporan yang dipakai untuk mengukur kemungkinan apabila ada penyimpangan rencana sekaligus mengukur hasil yang telah dicapai. dalam kaitannya dengan manajemen seperti yang sudah dikemukakan, kita bisa meletakkan manajemen pemasaran alam makna tersendiri yakni kegiatan yang berkaitan dengan perencanaan, analisis program, pelaksanaan, dan fungsi pengawasan program-program yang telah dirancang sebelumnya. kegiatan ini dimaksudkan untuk menyusun rencana, fungsi analisis

¹⁴ Nurnabiya, Karyawan PT. Dua Ribu Wisata, Wawancara oleh penulis di Parepare, 18 juli 2016.

menjadi sangat penting, karena dengan analisis rencana bisa dibuat menjadi lebih tepat sasaran dan lebih menantang. selanjutnya melihat apa yang diterapkan oleh travel PT. Dua Ribu Wisata itu sudah terlaksana dengan baik, dimana minat masyarakat atas produk-produk yang ada.

Kemudian dengan kaitannya dengan manajemen yang ada sudah diterapkan apa yang menjadi dasar dalam pengevaluasiannya. *pertama* persiapan perencanaan, mengenai perencanaan ini sudah diterapkan oleh travel PT. Dua Ribu Wisata, melihat adanya minat masyarakat. *Kedua*, pelaksanaan ini sudah dilakukan seperti penerapan sosialisasi kepada masyarakat. *Ketiga*, evaluasi ini juga adalah yang terpenting dalam sebuah perusahaan di karenakan dengan adanya evaluasi bisa berjalan dengan baik. Dalam perencanaan mulai dari rencana, implementasi, sampai dengan evaluasi pasti ada kendala yang dihadapi dalam perencanaan seperti kurangnya pemahaman masyarakat dalam menangani permasalahan yang ada sebagai karyawan harus melihat situasi seperti apa kendala-kendala yang mengakibatkan sehingga minat masyarakat kurang. sebagai peneliti melihat bahwa dalam evaluasi harus ada dalam sebuah perusahaan sehingga dalam perusahaan bisa mengukur sampai dimana kinerja yang telah dicapai.

Penulis dapat menyimpulkan bahwa karyawan harus melihat keadaan seperti apa perkembangan yang harus dihadapi sehingga para karyawan bisa mengambil tindakan. Kemudian untuk mengambil tindakan ketika mengalami permasalahan harus mengumpulkan semua anggota untuk bagaimana menyelesaikan permasalahan tersebut. Kemudian dalam mengevaluasi harus ada data-data yang disampaikan sehingga bisa menilai sampai dimana kinerja para anggota inilah pentingnya sebuah evaluasi bisa sehingga bisa mengukur sampai dimana keberhasilan sebuah

perusahaan. Sebagaimana hasil wawancara kepada narasumber oleh bapak Muhammad Ashry, S.Pd dia mengatakan bahwa:

Setiap selesai kami dalam melakukan perencanaan kemudian pengimplementasian kami adakan yang namanya evaluasi. Dimana evaluasi ini sangat penting dalam sebuah perusahaan dimana kami bisa mengukur sampai disini pencapaian yang sudah terlaksana.¹⁵

Penulis berpendapat bahwa langkah yang dilakukan yang sangat baik adalah bagaimana mengukur sampai dimana kinerja yang sudah dijalankan yang biasa disebut dengan evaluasi, evaluasi inilah yang harus dilakukan sebuah perusahaan sehingga perusahaan bisa mengukur sampai dimana hasil yang dicapai, sebagaimana strategi yang sudah direncanakan. Sehingga perusahaan bisa mengambil tindakan ketika ada sebuah permasalahan yang dihadapi inilah pentingnya evaluasi.

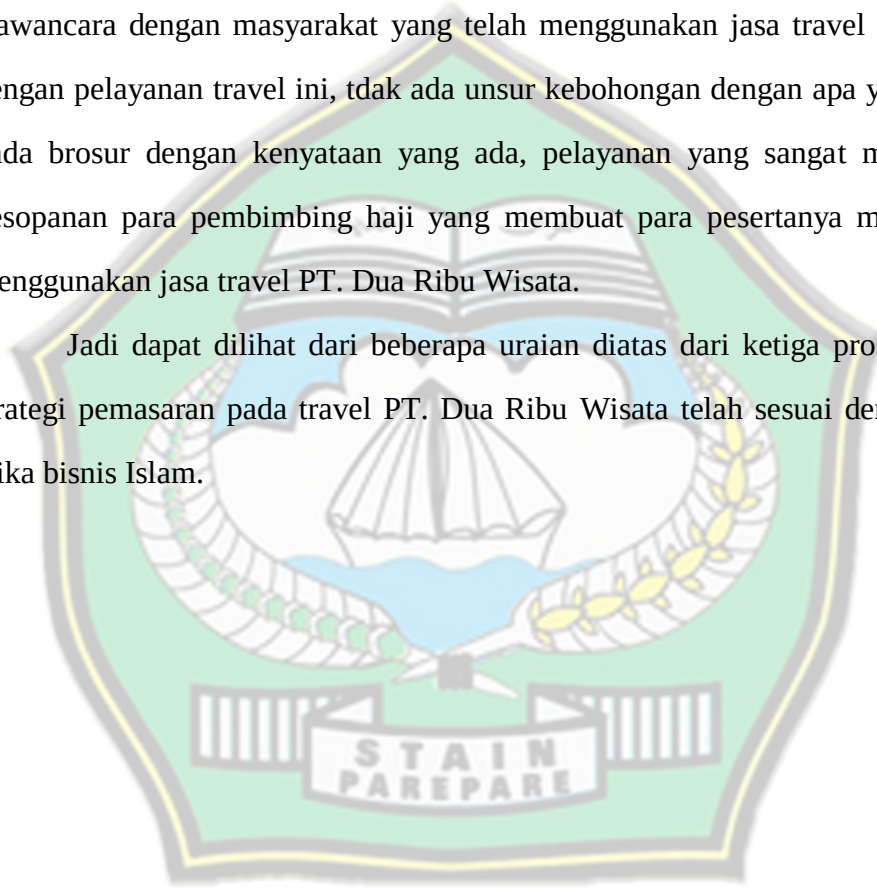
Penulis berkesimpulan bahwa evaluasi sangat penting dimana mereview semua faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar bagi strategi yang sedang berlangsung. Dan ini menandakan bahwa dalam menjalankan sebuah perusahaan untuk bagaimana bisa mengetahui sampai dimana kinerja yang sudah terlaksana. Dan dapat mengambil berbagai tindakan perbaikan ketika mengalami permasalahan yang ada dengan kaitannya dalam etika bisnis Islam sudah berjalan sesuai dengan etika dimana tidak keluar dari jalur yang sudah ditentukan oleh Islam, seperti langkah yang dijalankan oleh perusahaan travel PT. Dua Ribu Wisata. Bukan cuma bagaimana pencapaian akan tetapi bagai mana etika yang harus diterapkan yang sesuai dengan Islam.

Etika yang dimaksud seperti etika kesopanan, kejujuran dan inilah semua yang dimaksud dalam kategori etika yang sesuai dengan Islam, dalam menjalankan sebuah

¹⁵Muhammad Ashry, S.Pd, Karyawan PT.Dua Ribu Wisata, Wawancara oleh penulis diParepare,18 juli 2016.

usaha atau bisnis harus menerapkan yang namanya kejujuran tanpa adanya nilai kejujuran maka masyarakat tidak tertarik dengan usaha kita, begitupun dengan nilai kesopanan inilah juga salah satu mengapa masyarakat nyaman dengan perusahaan kita karena kesopanan. Dan dalam kaitannya dengan evaluasi bahwa bagaimana mengukur sampai dimana kinerja perusahaan. Seperti yang kita lihat dari uraian wawancara dengan masyarakat yang telah menggunakan jasa travel ini sangat puas dengan pelayanan travel ini, tidak ada unsur kebohongan dengan apa yang dipasarkan pada brosur dengan kenyataan yang ada, pelayanan yang sangat memuaskan dan kesopanan para pembimbing haji yang membuat para pesertanya menjadi nyaman menggunakan jasa travel PT. Dua Ribu Wisata.

Jadi dapat dilihat dari beberapa uraian diatas dari ketiga proses manajemen strategi pemasaran pada travel PT. Dua Ribu Wisata telah sesuai dengan perspektif etika bisnis Islam.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dalam Bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1. Melihat dalam perencanaan strategi dalam manajemen strategi pemasaran pada travel PT. Dua Ribu Wisata, Sehubungan dengan ini produk yang ditawarkan yang halal, berguna dan dibutuhkan, berpotensi ekonomi, dan yang paling utama memuaskan masyarakat, dengan perencanaan strategi yang direncanakan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam. Makanya melihat respon masyarakat sangat baik, karena apa yang diterapkan sesuai dengan Islam dan terutamanya membantu dalam melakukan ibadah haji dan umroh.

5.1.2 Travel PT. Dua Ribu Wisata nyatanya dari hasil wawancara kepada beberapa narasumber semua yang telah menggunakan jasa Travel PT. Dua ribu wisata puas dengan pelayanan Haji dan Umrah nya, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dipasarkan telah sesuai dengan prespektif etika bisnis islam karena tidak ada unsur kebohongan dan unsur kecurangan didalamnya.

5.1.3 evaluasi harus ada dalam sebuah perusahaan sehingga dalam perusahaan bisa mengukur sampai dimana kinerja yang telah dicapai, dan itu sudah dijalankan oleh travel PT. Dua Ribu Wisata.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian Manajemen Strategi Pemasaran pada Travel Studi PT. Dua Ribu Wisata (Prespektif Etika Bisnis Islam), maka saran yang dapat penulis kemukakan yaitu:

5.2.1 Kepada karyawan travel PT. Dua Ribu Wisata harus selalu memberikan yang terbaik kepada pesertanya sehingga bisa meningkatkan rasa kepercayaan kepada pesertanya bahkan bukan Cuma peserta masyarakat umum juga. Dan lebih mengedepankan nilai-nilai kejujuran dan kepuasan terhadap para pesertanya agar sesuai dengan perspektif etika bisnis Islam dengan menggunakan jihad fisabilillah dengan harta dan jiwa dengan prinsip *hablum minannas dan hablum minallah*.

5.2.2 Agar masyarakat lebih cerdas memilih jasa travel haji dan umrah, adapun cara memilih travel yang baik seperti:

1. Telah memiliki izin resmi dari kementrian agama.
2. Tidak tergiur dengan harga produk yang murah.

Dan adapun kiat kiat dalam memilih travel haji dan umrah

1. Pastikan travel berizin.
2. Waktu keberangkatan dan kepulangan jelas.
3. Pastikan visa telah ada sebelum keberangkatan.
4. Harga dan fasilitas sesuai.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi IV. Cet. 11; Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Assuari Sofyan. 2004. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Azwar, sifuddin. 2000. *Metode Penelitian*, Cet II; Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Halim Abdul, dan Ikhwan. 2002. *Ensiklopedia Haji Dan Umrah*, Jakarta; PT. Raja Grafindo.
- Kasiram, M. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Cet. II; Malang: UIN Maliki Pres.
- Kasmir, 2004. *Pemasaran Bank*, Cet. I: Jakarta: Prenada Media.
- Kotler Philip, dan Kevin Lane Ketler, 2000. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Mary Coulter, Stephen P.Robins,*Manajemen: Ed X*, (Jakarta: Penerbit Erlangga,2010)
- M. Suyanto, *Etika dan Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW*, (Yogyakarta: C.V ANDI).
- Muhammad, *Etika Bisnis Islam*: Yogyakarta: Akademi Manajemen Pemasaran.
- Nahrawi, muh Nahar. 2009. *Manajemen Pelayanan Haji di Indonesia*, Cet. I: Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian*. Cet I; Jakarta: Kencana.
- Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet XIII: Bandung: Alfabeta.

- Sule Tisnawati Ernie, dan Kurniawan Saefullah. 2006. *Pengantar Manajemen*, Ed. I. Cet. II; Jakarta: Kencana.
- Siswanto. 2014. *Pengantar Manajemen*, Cet. IX, Jakarta: PT. Bumi Askarya
- Sulaiman, Muhammad dan Aizuddinur Zakaria. 2010. *Jejak Bisnis Rasul*, Cet. 1. Jakarta selatan: Hikmah.
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*, Edisi II, Cet I; Jakarta; PT Bumi Aksara.
- Zuriah, Nurul. 2007. *Metodologi Penelitian sosial dan pendidikan teori-aplikasi*. Jakarta: Bumi aksara.
- <http://www.pengertianahli.com/2013/12/pengertian-strategi-menurut-para-ahli.html>
(Diakses pada tanggal 20 Februari 2016)
- http://www.academia.edu/7612363/Paper_Etika_Bisnis_Islam (Diakses pada tanggal 27 februari 2016)
- http://novianto-anto-fisip.web.unair.ac.id/artikel_detail-70003-Umum-Pengantar%20Pariwisata.html (Diakses 25 Februari 2016)
- <http://novianto-anto-fisip.web.unair.ac.id/artikel-detail-70003-Umum-Pengantar%20Pariwisata.html> (Diakses 26 Februari 2016)
- Dapat dilihat <http://pengertiandefinisi.com/pengertian-defenisi-analisis-swot-manfaat/> (Diakses pada tanggal 28 maret 2016)
- <http://hajatil.wordpress.com/2011/12/31/formulasi-strategi/> (Diakses pada tanggal 28 april 2016)

KEMENTERIAN AGAMA R.I.
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE

Alamat : JL. Amal Bhakti No. 08 Soreang Kota Parepare ☎ (0421)21307 📠 (0421) 24404
 Website : www.stainparepare.ac.id Email: email.stainparepare.ac.id

: Sti.08/PP.00.9/ 1305 /2016
 : -
 : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
 Kepala Daerah KOTA PAREPARE
 Cq. Kesatuan Bangsa dan Politik
 di
 KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE :

Nama	: KURNIA MAJIED
Tempat/Tgl. Lahir	: PAREPARE, 05 Nopember 1993
NIM	: 12.2200.011
Jurusan / Program Studi	: Syari'ah dan Ekonomi Islam / Muamalah
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	JL. SUMUR JODOH GANG TENRO NO.9, KEL. : WATANG SOREANG, KEC. SOREANG, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah **KOTA PAREPARE** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

"MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL STUDY DI PT. DUA RIBU WISATA (PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM)"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **Juni** sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kiranya yang bersangkutan diberi izin dan dukungan seperlunya.

Terima kasih,

Parepare, 29 Juni 2016
 An Ketua
 Wakil Ketua Bidang Akademik dan
 Pengembangan Lembaga (APL)


 Muh. Djunaidi, M.Ag
 NIP. 195412311991031032

yright©nfs 2016 - (abdhamid) Dicetak pada Tgl : 28 Jun 2016 Jam : 14:39:15

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
 Jalan Ganggawa No. 5 Parepare, Telp. (0421) 24920 Fax. (0421) 24920 Parepare
 Kode Pos 91111, Email : kesbang@pareparekota.go.id Website :

Parepare, 30 Juni 2016
 Kepada
 Yth. Pimp. PT. Dua Ribu Wisata Kota Parepare
 Di - Parepare
 : 070/ 577/BKB
 : ---
 : Izin Penelitian.-

DASAR :

1. UU Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah.
2. UU Nomor 8 Tahun 1985 Tentang Organisasi Kemasyarakatan.
3. Peraturan Daerah Kota Parepare Nomor 4 Tahun 2010 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Teknis Daerah.
4. Peraturan Walikota Parepare Nomor 21 Tahun 2011 Tentang Tugas Pokok, Fungsi dan Uraian Tugas Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Parepare.
5. Surat Wakil Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL) STAIN Parepare Nomor : Sti.08/PP.00.9/1305/2016 Tanggal 29 Juni 2016. Perihal Izin Melaksanakan Penelitian.

Setelah memperhatikan hal tersebut diatas, maka pada prinsipnya Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Parepare) dapat memberikan **Izin Penelitian** kepada :

Nama : KURNIA MAJIED
 Tempat/Tgl Lahir : Parepare, 05 Nopember 1993
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Pekerjaan : Mahasiswi
 Alamat : Jl. Sumur Jodoh No. 9, Kota Parepare

Bermaksud untuk melakukan **Penelitian / Wawancara** di Kota Parepare dengan judul :

**" MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL STUDY
 DI PT. DUA RIBU WISATA (PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM) "**

Selama : Tmt. 01 Juli s/d 30 Agustus 2016
 Pengikut / Peserta : Tidak Ada

Sehubungan dengan hal tersebut diatas pada prinsipnya kami dapat **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan harus melaporkan diri kepada Instansi/Jawatan Badan yang bersangkutan.
2. Pengambilan Data/Penelitian tidak menyimpang dari masalah telah diizinkan, semata-mata untuk kepentingan ilmiah.
3. Mentaati semua Per Undang-undangan yang berlaku dan mengindahkan Adat Istiadat setempat.
4. Menyerahkan 1 (satu) berkas Foto Copy hasil "**Penelitian**" kepada Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Parepare)
5. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut diatas.

Demikian disampaikan kepada Saudara untuk dimaklumi dan seperlunya,-

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
 BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK KOTA PAREPARE
 Sekretaris

Drs. A. MUTHI MUSA, M.Si.
 Pangkat : Pembina Tk. I
 Nip. : 19670418 199403 1 005

AN : Kepada Yth,
 mur Prov. Sul Sel Cq. Kepala BKB Sul Sel di Makassar
 ta Parepare di Parepare
 STAIN Kota Parepare di Parepare
KURNIA MAJIED



SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Nomor : 045/DRW/VIII/2016

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Asri, S.Pd

Jabatan : Manager PT. Dua Ribu Wisata Parepare

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : KURNIA MAJIED

Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 05 November 1993

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Pekerjaan : Mahasiswa STAIN Parepare

Alamat : Jl. Sumur Jodoh Gang. Cepa No. 9

Entitas tersebut diatas adalah benar telah melaksanakan Kegiatan Penelitian di *PT. Dua Ribu Wisata Parepare* dengan judul Penelitian " **MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL STUDY PT. DUA RIBU WISATA DI KOTA PAREPARE (PRESPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM)** dengan lama Penelitian dari 1 Juli - 31 Agustus 2016.

Demikian surat keterangan ini, dibuat dengan sebenarnya selanjutnya kami berikan untuk di pergunakan perlunya.

Parepare, 22 Agustus 2016

PT. DUA RIBU WISATA PAREPARE



MUHAMMAD ASRI, S.Pd

Manager PT. Dua Ribu Wisata

PT DUA RIBU WISATA

Izin BPW : 203/IU.BPW/KW.PSB/06/2000 • Izin Umrah : D/46 Tahun 2001 • Izin Haji : D/237 Tahun 2002
Jl. Dewi Sartika No. 69 A, Cawang, Jakarta Timur 13630 INDONESIA, Tel : (021) 8088 2000, 8088 0577, 8010 121
Fax : (021) 8087 8204, Email : duaribuwisata@yahoo.co.id, Website : www.2000wisata.com

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Nama Lengkap : Nurlinda

Asal : Parepare

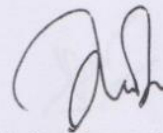
Pekerjaan : URT

Bahwa benar telah diwawancarai oleh KURNIA MAJIED untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "**MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL STUDY DI PT. DUA RIBU WISATA (PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM)**"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare,

Yang Bersangkutan



NURLINDA.....



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Nama Lengkap : NURKHAMIDAR
Asal : PARE - PARE
Pekerjaan : PEDAGANG.

Bahwa benar telah diwawancarai oleh KURNIA MAJIED untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL STUDY DI PT. DUA RIBU WISATA (PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM)

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 21 Juli 2016

Yang Bersangkutan


NURKHAMIDAR



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Nama Lengkap : RISMAS
Asal : PAREPARE
Pekerjaan : URT

Bahwa benar telah diwawancarai oleh KURNIA MAJIED untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian *"MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL STUDY DI PT. DUA RIBU WISATA (PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM)"*

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 21 Juli 2016

Yang Bersangkutan


..... RISMAS



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Nama Lengkap : Irma
Asal : Parepare
Pekerjaan : -

Bahwa benar telah diwawancarai oleh KURNIA MAJIED untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "*MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL STUDY DI PT. DUA RIBU WISATA (PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM)*"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 21 Juli 2016

Yang Bersangkutan



.....



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

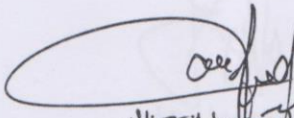
Nama Lengkap : Hj. Nurnabiah
Asal : Parepare
Pekerjaan : URT

Bahwa benar telah diwawancarai oleh KURNIA MAJIED untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "*MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL STUDY DI PT. DUA RIBU WISATA (PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM)*"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 20 Juli 2016

Yang Bersangkutan


Hj. Nurnabiah..



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Nama Lengkap : HJ. KASMA

Asal : Pare - Pare

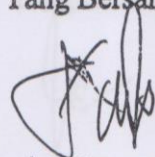
Pekerjaan : URT

Bahwa benar telah diwawancarai oleh KURNIA MAJIED untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "**MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL STUDY DI PT. DUA RIBU WISATA (PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM)**"

Demekian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 21 Juli 2016

Yang Bersangkutan



HJ. KASMA



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Nama Lengkap : Muhammad Asri
Asal : Pare-pare
Pekerjaan : Manager PT. Dua Ribu Wisata Pare-pare

Bahwa benar telah diwawancarai oleh KURNIA MAJIED untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "*MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL STUDY DI PT. DUA RIBU WISATA (PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM)*"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 18 Juli 2016

Yang Bersangkutan


Muhammad asri



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

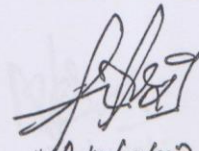
Nama Lengkap : *Nurnahra*
Asal : *Parepare*
Pekerjaan : *Karyawan Pt. Dua ribu wisata*

Bahwa benar telah diwawancarai oleh KURNIA MAJIED untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "**MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL STUDY DI PT. DUA RIBU WISATA (PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM)**"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 18 Juli 2016

Yang Bersangkutan


.....
Nurnahra 2



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

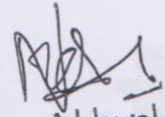
Nama Lengkap : Nilawati
Asal : Parepare
Pekerjaan : Karyawan PT. Dua ribu wisata

Bahwa benar telah diwawancarai oleh KURNIA MAJIED untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "**MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL STUDY DI PT. DUA RIBU WISATA (PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM)**"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 10 Juli 2016

Yang Bersangkutan

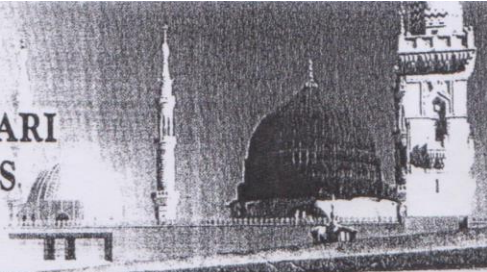

Nilawati





PROGRAM UMRAH 09 & 12 HARI **By GARUDA / SAUDI AIRLINES**

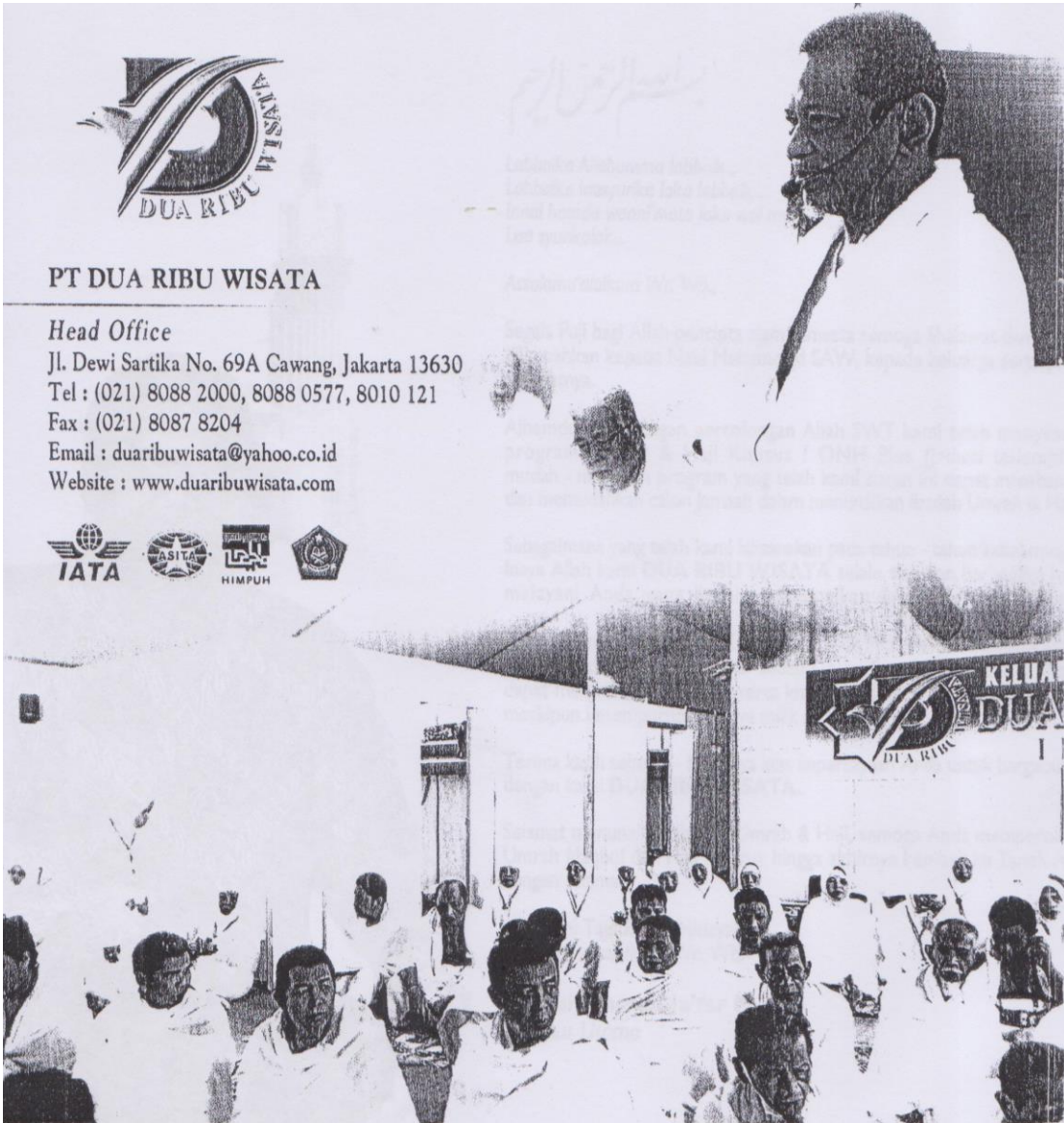
Periode Des 2014 - Juni 2015



Umrah 09 hari		Keterangan
Hari Ke-	Rute	
01	Jakarta - Jeddah Jeddah - Medinah	By GA/SV By Bus AC
02	Medinah	
03	Medinah - Makkah	Ziarah Medinah
04	Mekkah	By Bus AC
05	Mekkah	
06	Mekkah	Ziarah Makkah
07	Mekkah - Jeddah	
08	Jeddah - Jakarta	By Bus AC
09	Jakarta	By GA/SV

Umrah 12 hari		Keterangan
Hari Ke-	Rute	
01	Jakarta - Jeddah Jeddah - Medinah	By GA/SV By Bus AC
02	Medinah	
03	Medinah	Ziarah Medinah
04	Medinah - Makkah	By Bus AC
05	Mekkah	
06	Mekkah	Ziarah Makkah
07-09	Mekkah	
10	Mekkah - Jeddah	By Bus AC
11	Jeddah - Jakarta	By GA/SV
12	Jakarta	

Paket	Harga Paket Program 09 Hari			Harga Paket Program 12 Hari		
	Double	Triple	Quard	Double	Triple	Quard
A	USD 2,650	USD 2,600	USD 2,525	USD 3,025	USD 2,900	USD 2,800
	Akomodasi *5 • Medinah : Hotel Dallah Taiba • Mekkah : Hotel Al Safwa • Jeddah : Hotel Red Sea Palace					
B	USD 2,500	USD 2,400	USD 2,350	USD 2,800	USD 2,675	USD 2,600
	Akomodasi *4 • Medinah : Hotel Dallah Taiba • Mekkah : Hotel Al Massn/Rayana Ajyad • Jeddah : Hotel Red Sea Palace					
C	USD 2,350	USD 2,275	USD 2,225	USD 2,550	USD 2,450	USD 2,400
	Akomodasi *3 • Medinah : Hotel Mubarak • Mekkah : Hotel Haneen Firdaus • Jeddah : Hotel Trident					



PT DUA RIBU WISATA

Head Office

Jl. Dewi Sartika No. 69A Cawang, Jakarta 13630

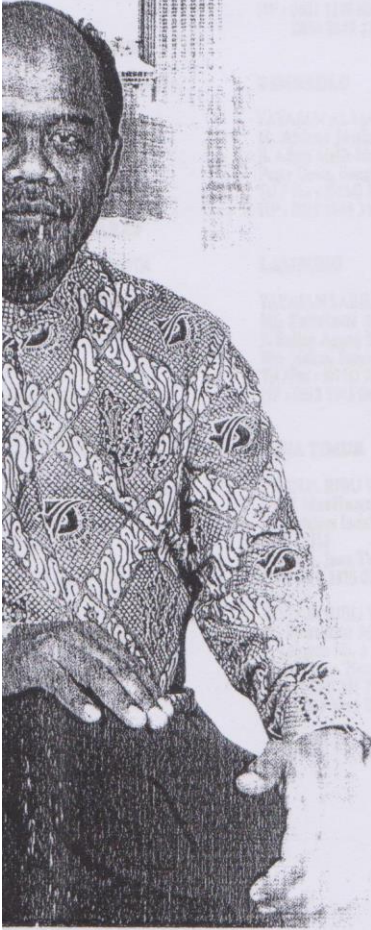
Tel : (021) 8088 2000, 8088 0577, 8010 121

Fax : (021) 8087 8204

Email : duaribuwisata@yahoo.co.id

Website : www.duaribuwisata.com





بِسْمِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Labbaika Allahumma labbaik...
Labbaika laasyarika laka labbaik...
Innal hamda wanni'mata laka wal mulk...
Laa syarikalak...

Assalamu'alaikum Wr. Wb.,

Segala Puji bagi Allah pencipta alam semesta semoga Shalawat dan Salam dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarga serta para sahabatnya.

Alhamdulillah, dengan pertolongan Allah SWT kami telah menyusun program Umrah & Haji Khusus / ONH Plus (*jadwal terlampir*), mudah - mudahan program yang telah kami susun ini dapat membantu dan memudahkan calon Jamaah dalam menunaikan Ibadah Umrah & Haji.

Sebagaimana yang telah kami laksanakan pada tahun - tahun sebelumnya, Insya Allah kami **DUA RIBU WISATA** selalu siap dan berbangga hati melayani Anda yang berniat menunaikan Ibadah Umrah & Haji.

Peningkatan mutu pelayanan hingga ke tingkat Profesional senantiasa kami upayakan, dengan harapan agar setiap **Dhuyufurrahman** (*Tetamu Allah*) dapat merasakan nikmatnya serta khusu'nya ibadah yang dilaksanakan, meskipun kesempurnaan hanya milik Allah semata.

Terima kasih sebesar - besarnya atas kepercayaan Anda untuk bergabung dengan kami **DUA RIBU WISATA**.

Selamat menunaikan Ibadah Umrah & Haji, semoga Anda memperoleh Umrah Maqbul dan Haji Mabruh hingga akhirnya kembali ke Tanah Air dengan selamat.

Wabillahi Taufik Wal Hidayah
Wassalamu' alaikum Wr. Wb.

H. Muhammad Ja'far M.
Direktur Utama

Tempat Informasi & Pendaftaran Indonesia Bagian Barat

MEDAN • SUMUT

PT. DUA RIBU WISATA
dr. H. Dahniel Syahputra
Jl. Sei Bohorok No. 8 / 67, Medan
Tel : (061) 415 1588
HP : 0815 3388 5533

RIAU • PEKANBARU

PT. NABILA CIPTA WISATA
Maya Laura, SE
Jl. Pepaya (Simpang Durian)
No. 29 B, Pekanbaru, Riau
Tel : (0761) 34433
HP : 0852 7212 3388

SUMATERA BARAT

PT. DUA RIBU WISATA
Melati Nadhia
Jl. Sultan Syahrir No. 12
Padang, Sumatera Barat
Hp : 0818 248 885

SUMATERA SELATAN

KIBIH AL GHAZALI
H. Abdul Wakid
Jl. Sei Talo No. 792 A
RT. 01 RW 04, Siring Agung,
Ilir Barat Pakjo, Sumatera Selatan
Tel : (0711) 414 337
HP : 0812 7800 173

PT. DUA RIBU WISATA
H. Ahmad Nasri Sukri
BTN 2 Keban Agung
Blok N No.4 Tanjung Enim
Muara Enim, Sumatera Selatan
Tel : (0734) 452 806
HP : 0852 6766 0893

JAMBI

YAYASAN BAITUL ABOEL HASAN
H. M. Daud Zakaria, MA
Jl. Syallendra No. 38 RT.15/05
Kawasan, Kota Baru
Tel : (0741) 61066
HP : 0821 1298 8021,
0856 9519 2780

BENGKULU

YAYASAN AL MANASIK
H. Abbas Jauhari
Jl. Adam Malik No.16,
Pagar Dewa, Bengkulu
Tel / Fax : (0736) 52261
HP : 0815 1985 3314

LAMPUNG

YAYASAN LABBAIK
Hj. Febriani Anggriani
Jl. Sultan Agung Blok N-12,
Way Halim, Bandar Lampung
Tel / Fax : (0721) 785 641, 787 434
HP : 0812 7915 041

JAWA TIMUR

PT. DUA RIBU WISATA
Leni Herliana
Jl. Kertajaya Indah 8
Blok G-512
Surabaya, Jawa Timur
HP : 0812 3578 023

PT. DUA RIBU WISATA
H. Prawoto Mukti
Jl. Langsep No. 3 Perbon,
Tuban, Jawa Timur
Tel : (0356) 351 792
HP : 0853 3445 2837,

CIANJUR

PT. DUA RIBU WISATA
H. Darajat Zaenudin
Jl. KH. Saleh No.62
Mesjid Ashabul Yamin,
Pabuaran, Cianjur, Jawa Barat
Hp : 0817 994 3483

BOGOR

PT. DUA RIBU WISATA
Dra. Hj. Nur Asia Kuba
Perumahan Mutiara Sentul, Blok A
No. 1, Sentul, Bogor, Jawa Barat
Tel : (021) 8792 56249
HP : 0852 1662 0222

JAKARTA

PT. ERAM TOURS
Boy Iffany Ariesto
Cipinang Asem RT. 01/03
No. 35 Kel. Kebon Pala,
Kec. Makasar, Jakarta Timur
Tel : (021) 800 3665
HP : 0812 967 6754

PT. DUA RIBU WISATA
Melati Nadhia
Jl. Lebak Bulus I No. 127
Jakarta Selatan
Hp : 0818 248 885

LEMBAGA WAKAF MAHAD
IBNUSSABIL INDONESIA
H. Rahmat Tanjung
Jl. Ranco Indah Dalam No. 68 A
RT. 09/RW.02, Tanjung Barat
Jakarta Selatan
Tel : (021) 7032 9138
HP : 0813 1643 1345

BEKASI

PT. DUA RIBU WISATA
Junelly
Taman Harapan Baru
Blok R4 No. 15
Kel. Peluang, Medan Satria
Tel : (021) 5789 5360
Hp : 0813 1850 7408

PT. DUA RIBU WISATA
Hj. Nurul Aini
Perum Pejuang Jaya
Jl. Cendrawasih Raya
Blok B No. 192
Medan Satria, Bekasi
Hp : 0812 8062 6204

PT. DUA RIBU WISATA
Ustads Syaiful Amir
Perum Pejuang Jaya Blok C
No. 202, Medan Satria
Bekasi
Hp : 0812 8497 7538

PT. DUA RIBU WISATA
Hj. Elmida Asma
Taman Harapan Baru Blok S 13
No. 12 A, Pejuang
Medan Satria, Bekasi
Tel : (021) 8897 9959
Hp : 0813 8321 1486

SEMARANG

PT. DUA RIBU WISATA
Drs. Brahmantyo
Graha Wahid Cluster Beverly
Blok A No.14 RT.01/10 Sambiroto
Tembalang, Semarang
Tel : (024) 7018 1818
HP : 0812 2503 4545

STAIN
PAREPARE

Pembimbing Ibadah Umrah & Haji Khusus

1. KH. Muhammad Tadjuddin Hasan
2. Habib Idrus Jamalullail, SH.
3. AG. Prof. Dr. H. Muhammad Faried Wadjedy, MA.
4. AG. Drs. H. Muhammad Ramli Rette, SQ.
5. AG. Prof. Dr. H. Abdul Rahim Arsyad, MA.
6. Drs. KH. Muchyar Hardi, MA.
7. Ust. Agus Tanjeng Abdul Malik, S. Ag, MM.

Team Kesehatan

1. Prof. dr. H. Ibrahim Samad, Sp. PK.
2. dr. H. Ruslan Yunus Wolman, MMR.
3. dr. H. Dahnial Syahputra, Sp. Rad.
4. dr. Hj. Andriana Tjitriwidiwardani, Sp. THT, Msi, Med.
5. dr. H. Yunanto Setiadji Soko
6. dr. H. Adnan Ibrahim Samad
7. dr. Hj. Siti Aisyah Dahlan Hussein



Tempat Informasi & Pendaftaran

Indonesia Bagian Timur

MAKASSAR - SULSEL

PT. DUA RIBU WISATA
Hj. Seri Senarty
Jl. Sultan Alaudin No. 246 C
Makassar
Tel : (0411) 884 300, 885 300
HP : 0812 4244 050

PT. DUA RIBU WISATA
Hj. Nursyamsi (Anchy)
Ruko Business Center
Blok E-6, Jl. A. P. Pettarani
Makassar
Tel : (0411) 425 180
HP : 0821 8785 2000

MAROS - SULSEL

PT. DUA RIBU WISATA
Ir. H. Muhammad Sayadi M
Komp. Ruko Griya Baras Kota
Blok B No. 3
Jl. Perintis Kemerdekaan Km.21
Mandal, Maros - Sulawesi Selatan
Tel / Fax : (0411) 555 605
HP : 0811 413 643

SOPPENG - SULSEL

H. Zainudin Salim
Jl. Poros Soppeng-Sidrap Karawang
Patampanua, Mariorawa, Soppeng
Tel : (0484) 251 2540
HP : 0813 4398 1769,
0812 8229 3933

PARE-PARE - SULSEL

PT. DUA RIBU WISATA
Hj. Feri Asnita Agung Sattung
Jl. Guru M. Amin No. 19
Pare - Pare
Tel : (0421) 331 2914
Fax : (0421) 331 2915
HP : 0813 5563 1288

SIDRAP - SULSEL

PT. DUA RIBU WISATA
H. Muhammadiyah Laba
Jl. Raya Poros Pangkajene
Uluale, Watang Pulu, Sidrap
Tel : (0421) 358 1764
HP : 0813 4226 7828,
0813 4266 7347

PT. DUA RIBU WISATA
Drs. H. M. Ramli Rette, SQ
Komplek BTN Batulappa
Blok C3 No. 24,
Kec. Wattang Pulu, Sidrap
HP : 0852 1898 3719,
0812 8031 549

BONE - SULSEL

TOKO RAHMA
H. Nurdin Pannus
Jl. Agus Salim No. 17
Depan Mall BTC, Bone
Tel : (0481) 26790
HP : 0811 420 604

PINRANG - SULSEL

APOTEK SEHAT FARMA
H. Syamsul Bahri
Jl. Sultan Hasanuddin No. 132
Pinrang
Tel : (0421) 7038212
HP : 0815 4315 1737

KALIMANTAN TIMUR

PT. DUA RIBU WISATA
H. Batto Mappe
H. Rahmat Abdul Latif
Jl. Muh. Hatta No.36, Nunukan
HP : 0811 546 976,
0812 581 5488

LEMBAGA WAKAF MAHAD
IBNUSSABIL INDONESIA
Anwar
Dusun Handi Mico RT. 09
Santan Tengah Marangkayan
Kukar, Kalimantan Timur
HP : 0813 820 83939

MATARAM NTB

PT. ERAM TOURS
Loogman Arief
Mutlara Garden Kav. 4
Dasan Sari, Mataram
Nusa Tenggara Barat
HP : 0821 5479 9089

PAPUA

PT. DUA RIBU WISATA
Asrul Ambe Rukica
Jl. Kelapa Dua No. 19, Entrop
Jayapura, Papua
Tel : (0967) 536 270
HP : 0821 2525 7580

PT. DUA RIBU WISATA
H. Adnan Arman, S. SOS.
Jl. Moh. Yamin No. 2
Serui, Papua
Tel : (0983) 31466
Fax : (0983) 31688
HP : 0811 346 647

Kampung
Cappadokia
Turki



Persyaratan Umrah Yang Diperlukan

1. Paspor asli yang masa berlaku minimal 6 bulan dan nama yang tercantum minimal 3 suku kata.
Contoh : *Muhammad Alfarezi Ja'far*
2. Uang muka per orang sebesar USD 1,500 (Seribu Lima Ratus US Dollar)
3. Pas Foto berwarna Uk. 4x6 = 4 lembar dg kondisi latar belakang warna putih, ukuran dari dagu sampai kening 80% Bagi wanita memakai jilbab yang kontras dg warna background.
4. Buku Nikah Asli bagi suami istri.
5. Akte lahir asli bagi orang tua yang membawa serta putra-putrinya yang belum menikah.
6. Kartu Kuning Asli yang masih berlaku dari Kantor Kesehatan Pelabuhan setempat.
7. Menyerahkan dokumen lengkap minimal 3 (tiga) minggu sebelum tanggal keberangkatan.

Harga Paket Umrah Sudah Termasuk

1. Tiket Pesawat kelas ekonomi Jakarta - Jeddah PP dengan SV / GA / QR / EY / EK / XY / TK
2. Tiket Pesawat kelas ekonomi Jakarta - Istanbul - Medinah - Jeddah - Jakarta dengan Turkish Airlines (*Khusus Paket Umrah Plus Istanbul*)
3. Visa Umrah dan E-Visa Istanbul (*Khusus Paket Umrah Plus Istanbul*)
4. Akomodasi (hotel sesuai paket)
5. Makan 3x sehari, masakan Indonesia
6. Transportasi Bus AC
7. Ziarah seputar kota Madinah & Makkah
8. Muthawwif / Guide yang berpengalaman
9. Perlengkapan Umrah
10. Air Zam-zam 5 liter per Jamaah



Harga Paket Umrah Belum Termasuk

1. Airport Tax International dan Handling Airport sebesar Rp. 750.000/org (Tujuh Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah)
2. Tiket Pesawat Domestik PP (bagi jamaah diluar kota)
3. Pembuatan Paspor dan surat-surat lain yang diperlukan.
4. Biaya penambahan nama di Paspor Rp. 250.000, melampirkan fotokopi Surat Nikah / Akte Lahir.
5. Bagi wanita usia <45 Tahun yang berangkat sendiri dikenakan biaya Surat Mahram sebesar Rp. 250.000.
6. Tour / Acara tambahan diluar program perjalanan
7. Kelebihan Bagasi, bagasi yang telah ditetapkan airlines max. 20 kg
8. Pengeluaran pribadi, Seperti : telepon, laundry, room service, dll.

Cara & Ketentuan Pembayaran

Pembayaran dianggap sah apabila :

1. Pembayaran Langsung di Kantor Pusat

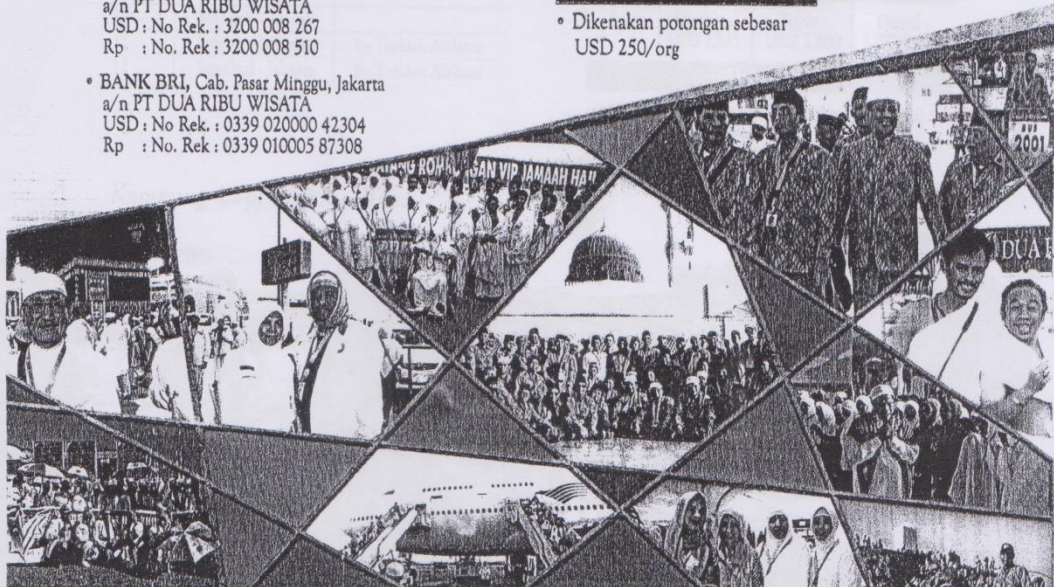
PT DUA RIBU WISATA
Jl. Dewi Sartika No.69A, Cawang
Jakarta Timur 13630

2. Pembayaran melalui rekening BANK YANG DITUNJUK :

- BANK MANDIRI, Cab. Pulo Gadung, Jakarta
a/n PT DUA RIBU WISATA
USD : No Rek. : 125 000 690 1227
- BANK SYARIAH MANDIRI, Cab. Mampang, Jakarta
a/n PT DUA RIBU WISATA
USD : No Rek. : 7000 341 244
Rp : No. Rek. : 7000 341 236
- BANK MUAMALAT, Cab. Buaran, Jakarta
a/n PT DUA RIBU WISATA
USD : No Rek. : 3200 008 267
Rp : No. Rek. : 3200 008 510
- BANK BRI, Cab. Pasar Minggu, Jakarta
a/n PT DUA RIBU WISATA
USD : No Rek. : 0339 020000 42304
Rp : No. Rek. : 0339 010005 87308
- BANK MEGA SYARIAH, Cab. Jatinegara, Jakarta
a/n PT DUA RIBU WISATA
USD : No Rek. : 10000 8549-5
Rp : No. Rek. : 10000 8548-7
- BANK DANAMON, Cab. Cikini, Jakarta
a/n PT DUA RIBU WISATA
USD : No Rek. : 19-99694-1
Rp : No. Rek. : 4123477
- BANK BNI, Cab. Tebet, Jakarta
a/n PT DUA RIBU WISATA
USD : No Rek. : 0291 783 848
Rp : No. Rek. : 0291 783 430
- BANK PERMATA SYARIAH, Cab. Pondok Indah, Jakarta
a/n PT DUA RIBU WISATA
USD : No Rek. : 971 207 213

Pembatalan Umrah

- Dikenakan potongan sebesar
USD 250/org



PROGRAM UMRAH Plus ISTANBUL 12 HARI

Periode Januari - Juni 2015

Program Perjalanan		Keterangan
Hari Ke.	Rute	
01	Jakarta Istanbul	By Turkish Airlines
02	Istanbul	
03	Istanbul	
04	Istanbul - Medinah	By Turkish Airlines
05	Medinah	
06	Medinah - Makkah	
07	Makkah	
08	Makkah	
09	Makkah	
10	Makkah - Jeddah	By Turkish Airlines
11	Jeddah - Istanbul	
12	Istanbul - Jakarta	By Turkish Airlines

Harga Paket (per orang) Periode Jan - Jun 2015

Paket * 3	Double : USD 2,675	Triple : USD 2,575	Quard : USD 2,525
-----------	-----------------------	-----------------------	----------------------

Akomodasi

Medinah : Mubarak	Mekkah : Haneen Firaus	Jeddah : Trident	Istanbul : City Port
----------------------	------------------------------	---------------------	-------------------------

Harga Paket (per orang) Periode Jan - Jun 2015

Paket * 4	Double : USD 2,875	Triple : USD 2,800	Quard : USD 2,725
-----------	-----------------------	-----------------------	----------------------

Akomodasi

Medinah : Dallah Taiba	Mekkah : Al Massa / Rayyana Ajyad	Jeddah : Red Sea Palace	Istanbul : Kent / Vicenza
------------------------------	---	-------------------------------	---------------------------------

Kampung Cappadokia - Turki



PROGRAM UMRAH 09 & 12 Hari Non Jeddah
By Qatar / Ettihad / Emirates / Flynas / Turkish
Periode Desember 2014 - Juni 2015

Umrah 09 hari		Umrah 12 hari		Keterangan
Hari Ke-	Rute	Hari Ke-	Rute	
01	Jakarta - Jeddah	01	Jakarta - Jeddah	By QATAR / ETTIHAD / EMIRATES By Bus AC
	Jeddah - Medinah		Jeddah - Medinah	
02	Medinah	02	Medinah	Ziarah Medinah (By Bus AC)
03	Medinah	03	Medinah	
04	Mekkah - Mekkah	04	Medinah - Mekkah	By Bus AC
05	Mekkah	05	Mekkah	
06	Mekkah	06	Mekkah	Ziarah Mekkah (By Bus AC)
07	Mekkah	07-10	Mekkah	
08	Mekkah - Jeddah	10	Mekkah - Jeddah	By Bus AC
	Jeddah - Jakarta	11	Jeddah - Jakarta	
09	Jakarta	12	Jakarta	By QATAR / ETTIHAD / EMIRATES

PAKET A

Harga Paket Program 09 Hari

Double : USD 2,100 | Triple : USD 2,025 | Quard : USD 1,975

Harga Paket Program 12 Hari

Double : USD 2,300 | Triple : USD 2,200 | Quard : USD 2,150

Akomodasi

Medinah : Hotel Mubarak / Royal Andalus Hotel
Mekkah : Hotel Haneen Firdous Hotel

PAKET B

Harga Paket Program 09 Hari

Double : USD 1,950 | Triple : USD 1,900 | Quard : USD 1,850

Harga Paket Program 12 Hari

Double : USD 2,050 | Triple : USD 2,000 | Quard : USD 1,975

Akomodasi

Medinah : Hotel Araq Al Majidi
Mekkah : Hotel Al Jazirah Dar Eiman

Persyaratan Haji Khusus Yang Diperlukan

1. Fotokopi KTP & KK
2. Fotokopi Surat Nikah / Akte Lahir / Ijazah
3. Pas Foto berwarna Uk. 3x4 = 40 lembar dan 4x6 = 10 Lembar dg kondisi latar belakang warna putih, ukuran dari dagu sampai kening 80%. Bagi wanita memakai jilbab yang kontras dg warna background. Tidak menggunakan seragam dinas dan emblem dalam bentuk apapun. Tidak menggunakan kacamata hitam.
4. Uang muka per orang sebesar USD 4,500 (Empat Ribu Lima Ratus US Dollar)

Harga Paket Haji Khusus Sudah Termasuk

1. Tiket pesawat Saudi Airlines kelas ekonomi Jakarta - Madinah - Jeddah - Jakarta Non Endorse/ Non Refund/Non Reroute termasuk jika sudah dipergunakan 1x Jalan
2. Akomodasi (hotel sesuai paket)
3. Makan 3x sehari, masakan Indonesia
4. Transportasi Bus AC
5. Ziarah kota Madinah & Makkah
6. Muthawwif / Guide yang berpengalaman
7. Perlengkapan Haji Khusus
8. Dam Haji Tamattu
9. Vaksin (Meningitis dan Influenza)
10. Air Zam-zam 5 lt per Jamaah

Harga Paket Haji Khusus Belum Termasuk

1. Tiket penerbangan domestik PP (Jamaah dari luar Jabodetabek)
2. Biaya pemeriksaan kesehatan
3. Qurban dan Dam-dam lainnya
4. Tour/acara tambahan diluar program
5. Kelebihan bagasi dari yang telah ditetapkan (Maksimal 30 Kg)
6. Pengeluaran pribadi seperti telepon, laundry, dll

Pembatalan Haji Khusus

- 03 (Tiga) bulan sebelum keberangkatan dikenakan biaya administrasi sebesar 25% dari harga paket.
- 02 (Dua) bulan sebelum keberangkatan dikenakan biaya administrasi sebesar 35% dari harga paket.
- 01 (Satu) bulan sebelum keberangkatan dikenakan biaya administrasi sebesar 50% dari harga paket.
- Kurang dari 01 (Satu) bulan sebelum keberangkatan dikenakan biaya administrasi sebesar 75% dari harga paket.

CATATAN :

Proses pembatalan dilakukan setelah pelaksanaan ibadah haji selesai oleh Kementerian Agama



PROGRAM HAJI KHUSUS (ONH Plus)

Tahun 1436 H / 2015 M

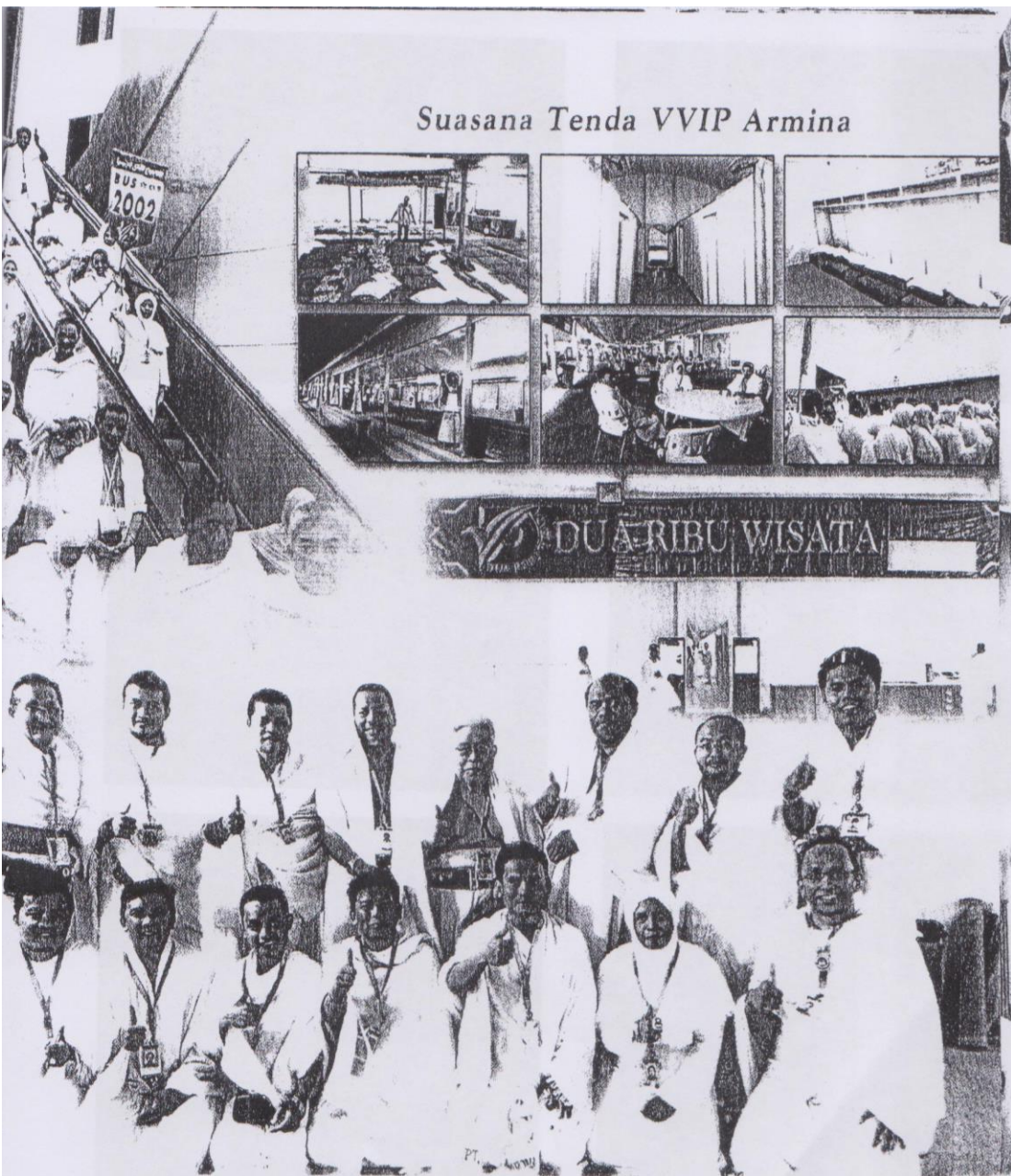
	HARI	TANGGAL KEBERANGKATAN		PERJALANAN
		Masehi	Hijriyah	
01.	Rabu	09 September	25 Dzul Qaidah	Jakarta - Medinah (By SV)
02 - 09.	Kamis	10-17 September	26 Dzul Qd - 04 Dzul Hj	Medinah (Arbain 9 hari)
10.	Jum'at	18 September	05 Dzul Hijjah	Medinah - Mekkah (Bus AC)
11 - 12.	Sabtu	19 Sep - 20 Sep	06 - 07 Dzul Hijjah	Mekkah (Transit)
13.	Senin	21 September	08 Dzul Hijjah	Mekkah - Mina - Arafah
14.	Selasa	22 September	09 Dzul Hijjah	Arafah (Wukuf) - Muzdalifah
15.	Rabu	23 September	10 Dzul Hijjah	Mina (Aqabah)
16 - 17.	Kamis	24-25 September	11 - 12 Dzul Hijjah	Mina (U/W/A)
18.	Sabtu	26 September	13 Dzul Hijjah	Mina (U/W/A) - Mekkah (Transit)
19.	Minggu	27 September	14 Dzul Hijjah	Mekkah (Transit) - Mekkah (Hotel)
20 - 25.	Senin	28 Sep - 03 Okt	15 - 20 Dzul Hijjah	Mekkah (Hotel) 06 Malam
26.	Minggu	04 Oktober	21 Dzul Hijjah	Mekkah - Jeddah (Bus AC)
27.	Senin	05 Oktober	22 Dzul Hijjah	Jeddah - Jakarta (By SV)
28.	Selasa	06 Oktober	23 Dzul Hijjah	Jakarta

Harga Paket Per Orang	
Quard (1 Kamar Berempat)	USD 10,950
Triple (1 Kamar Bertiga)	USD 11,500
Double (1 Kamar Berdua)	USD 12,500

Akomodasi (HOTEL*5)	
MEDINAH	MÖVENPICK MEDINAH
MEKKAH	MÖEVENPICK HAJAR TOWER
JEDDAH	RED SEA PALACE
ARAFAH - MINA	TENDA FULL AC - VVIP (Makan Prasmanan oleh Maktab)

* Biaya Paket Haji sudah termasuk DAM TAMATTU/Orang

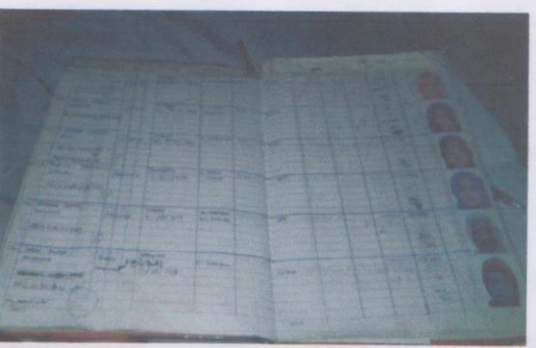
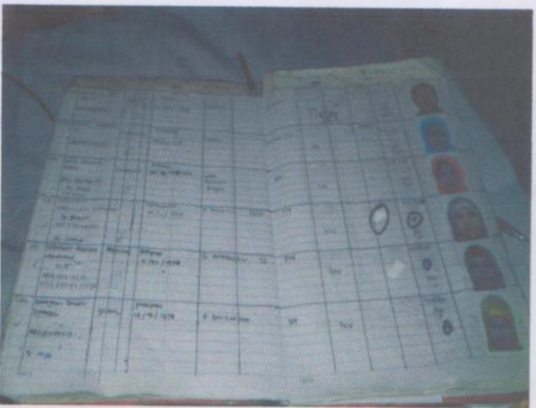
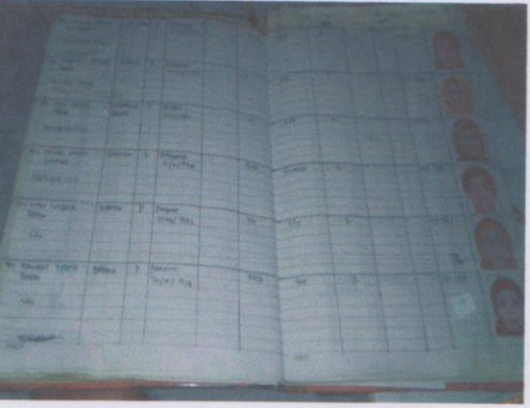
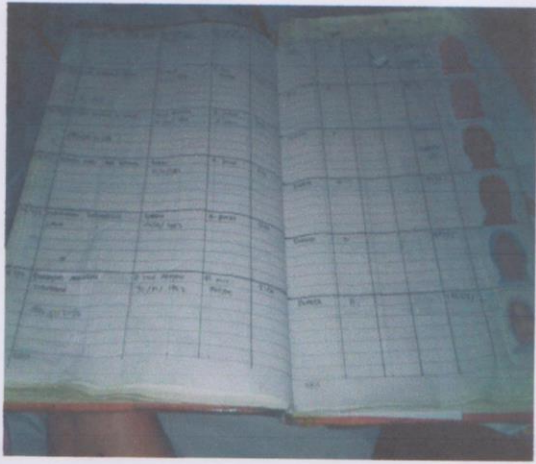
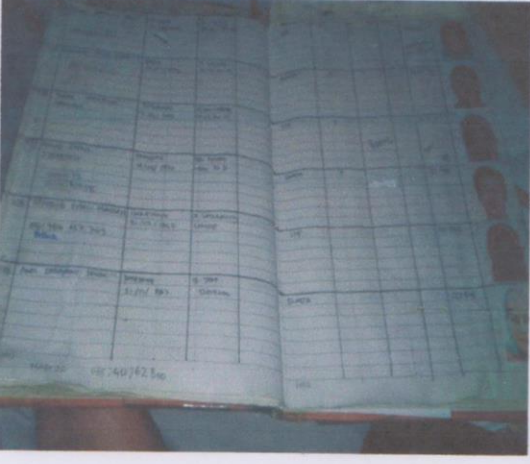
* Rincian Program Perjalanan : Medinah 09 malam, Armina 05 malam, Mekkah 10 malam, Jeddah 01 malam



DAFTAR NAMA CALON JAMAAH

DAFTAR NAMA CALON JAMAAH

No	Nama	Tempat	Tgl Lahir	Agama	Alasan	Revisi
1	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
2	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
3	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
4	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
5	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
6	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
7	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
8	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
9	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
10	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
11	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
12	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
13	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
14	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
15	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
16	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
17	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
18	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
19	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
20	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
21	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
22	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
23	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
24	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
25	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
26	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
27	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
28	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
29	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
30	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
31	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
32	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
33	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
34	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
35	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
36	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
37	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
38	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
39	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
40	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
41	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
42	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
43	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
44	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
45	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
46	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
47	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
48	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
49	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
50	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
51	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
52	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
53	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
54	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
55	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
56	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
57	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
58	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
59	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		
60	Abdullah	Parepare	12/10/1985	Islam		



RIWAYAT HIDUP PENULIS



KURNIA MAJIED, lahir di Parepare pada tanggal. 05 November 1993, merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Anak dari pasangan bapak Abd Majied dan ibu Nurwahyuni S.Ag. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Kini penulis beralamat di Jl. Sumur jodoh gg. tenro no.9, Kelurahan Wattang Soreang, Kecamatan Soreang, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan.

Adapun riwayat pendidikan, yaitu pada tahun 2005 lulus dari SDN 42 Parepare, dan pada tahun 2007 lulus di SMPN 10 Parepare, kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 3 Parepare dan lulus pada tahun 2011. Setelah itu penulis melanjutkan kuliah di STAIN Parepare jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, program studi Muamalah pada tahun 2012, dan mengikuti organisasi intra kampus yaitu HMJ Syariah dan Ekonomi Islam sehingga penulis mendapatkan banyak sekali pengalaman yang bermanfaat. Pada awal semester ditahun 2016 penulis menyelesaikan Skripsi yang berjudul *MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL STUDY DI PT. DUA RIBU WISATA (PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM)*.