

**STRATEGI PROMOSI PAKET IBADAH UMROH DALAM  
UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH PT.  
ARMINAREKA PERDANA CABANG SURABAYA DITINJAU  
DARI ETIKA BISNIS ISLAM**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**INDI RAFIQA AMALIA**

**NIM: G74219102**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA**

**2023**

## PERNYATAAN

Saya Indi Rafiqa Amalia dengan NIM G74219102, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 27 Maret 2023

A 10,000 Rupiah Indonesian banknote is shown with a signature written over it. The signature is in black ink and appears to be 'Indi Rafiqa Amalia'. The banknote features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', 'DUA BELAS RIBU', '10000', and 'MENCERAI TRUMPET'.

Indi Rafiqa Amalia

NIM. G74219102

## **LEMBAR PERSETUJUAN**

Surabaya, 29 Maret 2023

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a final flourish, positioned below the text 'Dosen Pembimbing,'.

Dr. H. Akhmad Yunan Atho'illah, M.Si.

## LEMBAR PENGESAHAN

### STRATEGI PROMOSI PAKET IBADAH UMROH DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH PT. ARMINAREKA PERDANA CABANG SURABAYA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM





Oleh  
Indi Rafiqa Amalia  
NIM : G74219102

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada  
tanggal 10 April 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk  
diterima

#### Susunan Dewan Penguji :

1. Dr. H. Akhmad Yunan Atho'illah, M.Si.  
NIP. 198101052015031003  
(Penguji 1)
2. Dr. H. M. Lathoif Ghozali, Lc., MA  
NIP. 197511032005011005  
(Penguji 2)
3. Dr. H. Muhammad Yazid, S.Ag., M.Si.  
NIP. 197311171998031003  
(Penguji 3)
4. Maziyah Mazza Basya, S.HI., M.SEI.  
NIP. 199001092019032014  
(Penguji 4)

#### Tanda Tangan:

  
.....  
  
.....  
  
.....  
  
.....



Dr. Sirgud Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I  
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : INDI RAFIQA AMALIA  
NIM : G74219102  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
E-mail address : rafiqaamalia0611@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :  
 Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain ( ..... )  
yang berjudul :

STRATEGI PROMOSI PAKET IBADAH UMROH DALAM UPAYA MENINGKATKAN

JUMLAH JAMAAH PT. ARMINAREKA PERDANA

CABANG SURABAYA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

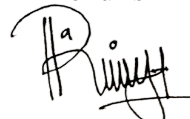
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 Juni 2023

Penulis



(Indi Rafiqa Amalia)

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Dalam Upaya meningkatkan Jumlah Jamaah PT. Arminareka Perdana Cabang Surabaya Perdan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi paket ibadah umroh sebagai upaya peningkatan jumlah jamaah PT. Arminareka Perdana Cabang Surabaya dan ditinjau berdasarkan etika bisnis islam.

Metode yang digunakan pada penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif. Sumber data yang didapatkan melalui proses wawancara kepada beberapa pihak PT. Arminareka Perdana Cabang Surabaya dan alumni jamaah yang telah menggunakan jasanya. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan mereduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian yang didapatkan bahwasannya dalam memasarkan paket ibadah umroh PT. Arminareka Perdana Cabang Surabaya menggunakan strategi bauran promosi dengan empat variabel (Periklanan, Penjualan Personal, Publisitas, dan Promosi Penjualan) sebagai upaya meningkatkan program penjualan yang berdampak pada perkembangan jumlah jamaah, dan perusahaan telah memahami nilai-nilai etika dalam berbisnis sehingga dari kegiatan promosi yang dijalankan telah memenuhi kelima aksioma dasar etika bisnis islam (Kesatuan, Keseimbangan, Kehendak Bebas, Bertanggungjawab, dan Ihsan). Dengan memperhatikan etika para pelaku bisnis tentu akan berperilaku baik yang dapat menghindarkan dari kebatilan dan mendatangkan kesejahteraan antar sesamanya.

Saran yang bersesuaian dengan hasil penelitian ini diharapkan kepada pihak PT. Arminareka Perdana Cabang Surabaya dapat mengembangkan dan memaksimalkan strategi promosi dan tetap berpegang pada nilai moral dan etika dalam melakukan kegiatan bisnisnya sesuai syariat agar mendatangkan keuntungan dunia dan akhirat nantinya.

**Kata Kunci: Strategi Promosi, Etika Bisnis Islam, PT. Arminareka Perdana Cabang Surabaya**

## ABSTRACT

This study is entitled “Umroh Worship Package Promotion Strategy in an Effort to Increase the Number of Pilgrims of PT. Arminareka Perdana Branch of Surabaya Perdan in View of Islamic Business Ethics”. This study aims to determine the promotional strategy for Umrah worship packages as an effort to increase the number of pilgrims from PT. Arminareka Perdana Surabaya Branch and reviewed based on Islamic business ethics.

The method used in this research is descriptive qualitative. Sources of data obtained through interviews with several PT. Arminareka Perdana Surabaya Branch and alumni congregation who have used their services. The data analysis technique used is by reducing data, presenting data, and drawing conclusions.

The results of the research found that in marketing the Umrah worship packages, PT. Arminareka Perdana Surabaya Branch uses a promotional mix strategy with four variables (Advertising, Personal Selling, Publicity, and Sales Promotion) as an effort to increase sales programs that have an impact on the growth of the number of pilgrims, and the company has understood ethical values in business so that from promotional activities that carried out has fulfilled the five basic axioms of Islamic business ethics (Unity, Balance, Free Will, Responsibility, and Ihsan). By paying attention to the ethics of business people, they will certainly behave well which can prevent evil and bring prosperity to each other.

Suggestions that are in accordance with the results of this study are expected to PT. Arminareka Perdana Surabaya Branch can develop and maximize promotional strategies and stick to moral and ethical values in carrying out its business activities in accordance with the Shari'a so as to bring benefits to the world and the hereafter.

**Keywords: Promotion Strategy, Islamic Business Ethics, PT. Arminareka Perdana Cabang Surabaya**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM.....	i
LEMBERAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah.....	12
1.3 Rumusan Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II.....	17
LANDASAN TEORI.....	17
2.1 Strategi Promosi .....	17
2.2 Umroh.....	26
2.3 Etika Bisnis Islam.....	29
2.4 Penelitian Terdahulu .....	40
2.5 Kerangka Konseptual .....	46
BAB III .....	48
METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Jenis Penelitian .....	48
3.2 Lokasi Penelitian .....	49
3.3 Sumber Data .....	49



3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.5	Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV .....		55
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		55
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	55
4.1.1	Profil PT. Arminareka Perdana .....	55
4.1.2	Visi Dan Misi .....	57
4.1.3	Struktur Organisasi.....	57
4.1.4	Program Paket Ibadah Umroh.....	58
4.1.5	Keunggulan dan Nilai Jual.....	62
4.1.6	Standart Pelayanan .....	64
4.2	Hasil Penelitian.....	68
4.2.1	Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah.....	68
4.2.2	Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah .....	72
4.3	Pembahasan .....	80
4.3.1	Analisis Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah.....	80
4.3.2	Analisis Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah.....	90
BAB V.....		98
KESIMPULAN DAN SARAN.....		98
5.1	Kesimpulan.....	98
5.2	Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....		100
LAMPIRAN.....		106

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 4. 1 Paket Arafah Perjalanan 9 Hari .....	60
Tabel 4. 2 Paket Arafah Perjalanan 12 Hari .....	60
Tabel 4. 3 Paket Arafah Perjalanan 13 Hari .....	61
Tabel 4. 4 Paket Mina Perjalanan 9 Hari.....	61
Tabel 4. 5 Paket Mina Perjalanan 12 Hari.....	61
Tabel 4. 6 Paket Mina Perjalanan 13 Hari.....	62
Tabel 4. 7 Jumlah Jamaah Umroh Arminareka Surabaya .....	89



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	47
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	58



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Hasan, F. A. (2014). Etika Bisnis Al-Ghazali. *FJurnal E-Sya*, Vol. 1, No.
- Alfianto, T. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran Travel Umrah (Studi Pada Pt Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo). *Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 65–77.
- Alfiyandi, & Syarfan, L. O. (2016). Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix) Produk Multilinked Syariah Pada Asuransi Panin Dai-Ichi Life Cabang Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 2(1), 54–65.
- Alma, B. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amalia, F. (2012). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok. *Prosiding Seminas Competitive Advantage*, 1(2), 1–33.
- Arfiansyah, A. (2020). Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Corporate Social Responsibility PT. Garudafood Kabupaten Pati. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 654. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1411>
- Arif, F. M. (2019). Penyelenggaraan Ibadah Umroh Berbasis Maslahat. *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law*, 4(1), 22–39. <https://doi.org/10.24256/alw.v4i1.1180>
- Asri, K. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Travel Umroh. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 9(3), 155–164. <https://doi.org/10.26418/ejme.v9i3.49673>
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT Grafindo Persada.
- Astuti, S. (2015). Analisis Bauran Promosi Dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru UHAMKA Jakarta. *Jurnal Utilitas*, 1(1).
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Alfabeta.
- Azmil Futihatul Rizqiyah, & Yuliani, Y. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Bmt Ugt Sidogiri Cabang Jombang. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 38–53. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v4i1.811>
- Badroen, F. (2006). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Kencana.
- Bayu, M. R. (2021). Arab Saudi Larang Warga 20 Negara Masuk Berdampak Ke Jamaah Umroh. *Liputan* 6. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4474512/top-3-arab-saudi-larang-warga-20-negara-masuk-berdampak-ke-jemaah-umrah>
- Bekum, R. I. (2004). *Etika Bisnis Islam*. Pustaka Pelajar.
- Bertens, K. (2013). *Pengantar Etika Bisnis*. PT Kanisius.
- Boedi, & B. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muammalah*. CV. Pustaka

Setia.

- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. PT Sarana Tutorial Nuraini Sejahtera.
- Desiana, R., & Afrianty, N. (2017). Landasan Etika Dalam Ekonomi Islam. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 119–135.
- Devie, A. A. (2022). *Strategi promosi dalam meningkatkan omset penjualan online shop girlies shop pulung ditinjau dari etika bisnis islam skripsi*. IAIN Ponorogo.
- Djakfar, M. (2007). *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. UIN Malang Press.
- Dwiatma, B. K. (2019). Etika Bisnis Islam Dalam Pelayan Haji dan Umroh. *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Pembangunan*, XIV(1), 59–70.
- Enjang. (2019). Analisis Kriminologi Kejahatan Penggelapan dan Penipuan Dana Umroh oleh Biro Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh. *Jurnal Hukum Kaidah: Media Komunikasi Dan Informasi Hukum Dan Masyarakat*, 19(2), 384–396.
- Faishal. (1995). *Format-Format Penelitian Sosial*. Rajawali Press.
- Ginting, E. A. A., & Lubis, S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan. *Network Media*, 2(2), 1–27.
- Gulla, O. & R. (2015). Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. *Jurnal Emba*, 3(1).
- Harahap, N. (2020). Konsep Etika Bisnis Islami. *J-Mabisya*, 43–59.
- Haryanto, R. A. (2013). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonalds™ Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1465–1473. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2923>
- Hatta, A. F. P. (2015). *Manajemen Travel Haji Dan Umrah Dalam Merekrut Jamaah*.
- Huda, B., & Sari, S. N. (2021). Penerapan Strategi Pemasaran Dan Sistem Informasi Akuntansi Pada Usaha Minuman Drinktea Di Masa Pandemi Covid-19. *Stability: Journal of Management and Business*, 4(1), 77–90.
- Hunger, D. J. (2001). *Manajemen Strategi* (Cet ke-1). ANDI.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- In'amuzzahidin, M. (2017). Konsep Kebebasan Dalam Islam. *At-Taqaddum*, 7(2), 259. <https://doi.org/10.21580/at.v7i2.1206>
- Irawan, & S. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Johan, A. (2009). *Etika Bisnis Islami*. Walisongo Press.

- Juliyani, E. (2016). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Jurnal Umum Qura*, VII(1), 63–74. <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v4i1.74>
- Khadafi, M. (2021). *Strategi Promosi Jasa Perjalanan Haji Dan Umroh Pada PT. NIAT SUCI KE-BAITULLAH Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Khoirunnisya. (2022). *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Pada Qifaya Alkarim Tour And Travel Di Sukarame Bandar Lampung* (Issue 8.5.2017). Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Koni, W. (2017). Etika Bisnis Dalam Ekonomi Islam. *Al-Buhuts*, 13(2), 75–89. <https://doi.org/10.30603/ab.v13i2.896>
- Maarif, G. (2022). *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Pada Biro Perjalanan Wisata ( Studi Eduwisata Semarang )*. UIN Walisongo Semarang.
- Machdi, A. (2015). Strategi Bauran Promosi Untuk Meningkatkan Preferensi Konsumen Pada Toko Ritel Yang Berorientasi. *NASPA Journal*, 42(4).
- Martowinangun, K., Sri Lestari, D. J., & Karyadi, K. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Jurnal Co Management*, 2(1), 139–152. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v2i1.162>
- Masitah, D. (2015). Dinamika Bisnis Travel Umroh Se Kota Pasuruan Di Era Globalisasi. *Iqtishadia*, 2(2).
- Megahayanti, N. (2008). *Sistem Pelayanan Haji dan Umrah*. PT Alur Wisata Mulia.
- Moleong. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2006). *Pengantar Public Relations Strategi Menjadi Humas Professional*. Ramdina Prakasa.
- Muhammad Kamal Zubair. (2012). Signifikansi Aksioma Etika Dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi Islam. *Jurnal EKBISI*, VII(1), 88–100.
- Muhammad Lisman. (2019). Broker Pada Bisnis Properti: Studi Etika Bisnis Islam. *Jurnal Islamika*, 2(1), 38–50.
- N. Lontoh, M. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tendeand *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 515–525.
- Nata, O. (2021). *Strategi Promosi Pt. Atina Rahmataka Wisata Cabang Bengkulu Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah*. IAIN Bengkulu.
- Nency. (2014). Periklanan, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan, Dan Publisitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penerbit Andi Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.2 No.4.
- Ningsih, Y. P., & Hati, S. W. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan

- Pembelian Produk Accu Yuasa Yang Dipromosikan Distributor Pt Riau Indotama Abadi Di Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(1), 10–18. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i1.1255>
- Novita, S. R. (2018). “Pelaksanaan Bauran Promosi Paket Wisata pada PT. Aras Hijrah Tour & Travel Pekanbaru”. *Jom Fisip*, 5(1401121674), 1–10.
- Noviyanti, D. (2015). Pentingnya Implementasi Strategi Pemasaran Bagi Travel Haji dan Umroh di Banjarmasin. *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah*, 14(28), 19–37.
- Nurmawati, N. (2014). Strategi Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Indomart Toko Gudang Rabat Sidoarjo. *Jurnal Teknik Industri*, 9(17).
- Paul, P. (1996). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. PT. INC.
- Pemasaran, D. M. (2012). *A. Hamdani*. Caps.
- Prameswary, T. N. (2020). *Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Di Lazizaa Chicken & Pizza Kedungturi Sidoarjo*. 3(2), 54–66.
- Putri & Anwar, Sayyidah, M. K. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Terhadap Loyalitas Jamaah Umrah Di PT. Ikhwan Berkah Sejahtera. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 97–108.
- Rahayu, S. (2020). *Strategi Promosi PT An Cipta Wisata Cabang Riau Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Haji Khusus Dan Umrah Di Pekanbaru* (Vol. 1). UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Rahmawati, L., & Sari, I. D. O. (2022). *Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam UMKM Olahan Laut*. 10(2), 55–68.
- Rianti, R. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Marketplace Lazada. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i1.57>
- Ririhena, M. A., Berlianty, T., & Fataruba, S. (2021). Implikasi Putusan Mahkamah Agung Nomor: 3096 K/Pid.Sus/2018 Terhadap Jamaah First Travel. *TATOHI: Jurnal Ilmiah Hukum*, 1(2), 88–95.
- Rokom. (2022). *Jamaah Umroh Tidak Wajib Vaksin Meningitis*. Redaksi Sehat Negeriku.
- Sabiq, M. (2019). Rekonstruksi Pemahaman Yang Keliru Tentang Kewajiban Dan Keutamaan Haji Dan Umroh. *Al-Iqtishod : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 01(01), 65–84.
- Sari, D. H. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Tuban. *Jurnal Ilmiah Brawijaya*, 1, 11–20.

- Siska Amelya. (2022). Kebijakan Pencegahan Tindak Pidana Penipuan Yang Dilakukan Travel Umroh Di Masa Yang Akan Datang. *Journal Of Juridische Analyse*, 1(01), 1–16. <https://doi.org/10.30606/joja.v1i01.1237>
- Sudarwati, S., Kustiyah, E., & Tsani, A. F. (2017). Pengaruh Periklanan, Personal Selling, Publisitas dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus di PT. Batik Semar Surakarta). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(3), 360–372. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v4i3.129>
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, R&D*. Alfabeta.
- Sukayat, T. (2016). *Manajemen Haji, Umrah, Dan Wisata Agama*. Simbiosis Rekatama Media.
- Surajiyo. (2016). *Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Dalam Perspektif Filosofis*. 2(1), 9–19.
- Suryabrata, S. (2012). *Metodelogi Penelitian*. Rajawali Pers.
- Susilawati, E. (2020). Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada Pt. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru. *Repository.Uin-Suska.Ac.Id*.
- Sutarto. (2006). *Dasar-Dasar Organisasi*. Gajah Mada University.
- Syukron, A. (2010). Membongkar Konsep Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an: Perspektif Epistemologis. *Jurnal Hukum Islam*, 2(1), 1–12.
- Tanzeh, A. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Teras.
- Tasruddin, R. (2015). Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif. *Jurnal Al-Khitabah, Vol. II, N.*
- Toni, A., Candra, R., Syafaq, H., & Fatmawati, A. (2020). Kontrak Kerja Dan Kesejahteraan Abk Nelayan Perspektif Etika Bisnis Islam Di Sarangmeduro, Jawa Tengah. 6(2), 204–220.
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2021). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141–154. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>
- Widanti, A. L. (2015). Strategic Management Dynamics STRATEGIC MANAGEMENT. *Pearson*, 801.
- Wijaya, E. (2017). Pengaruh Advertising , Personal Selling , Promosi Dan Publisitas Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Handphone Merek Oppo Pada Cv Anugrah Ponsel Medan. *Jurnal Smart*, 1(1), 27–33.
- Wijaya, K. D. (2021). Strategi promosi paket ibadah umroh ramadhan pt. penjuru wisata negeri kota pekanbaru skripsi. In *Skripsi* (Vol. 1, Issue 4779).



Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Wiwik. (2023). *Penawaran Program Paket Ibadah Umroh*.

Yunita, L. D., & Handayani, T. (2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 14. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i1.989>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A