

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM
DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN DI PT
ANDAMAS MABRUR WISATA CABANG
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya, guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos.)

Oleh
Muhammad Rafi Sechan
NIM. 04020421053



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
SURABAYA**

2025

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rafi Sechan
NIM : 04020421053
Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Di PT Andamas Mabur Wisata Cabang Surabaya adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda rujukan dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya terima dari skripsi tersebut.

Surabaya, 20 Desember 2024
at pernyataan,



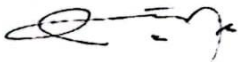
Muhammad Rafi Sechan
NIM. 04020421053

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Muhammad Rafi Sechan
NIM : 04020421053
Prodi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam
Dalam Komunikasi Pemasaran
di PT Andamas Maburur Wisata Cabang Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 20 Desember 2024
Menyetujui Pembimbing,



Ahmad Khairul Hakim, S. Ag, M. Si
NIP. 197512302003121001

Surabaya, 20 Desember 2024
Menyetujui Pembimbing,



Airlangga Bramayudha MM.
NIP. 197912142011011005

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM KOMUNIKASI
PEMASARAN DI PT ANDAMAS MABRUR WISATA CABANG SURABAYA

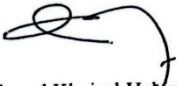
SKRIPSI
Disusun Oleh
Muhammad Rafi Sechan
NIM. 04020421053

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
pada tanggal 27 Desember 2024

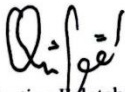
Tim Penguji

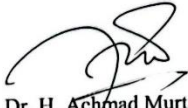
Penguji I

Penguji II


Ahmad Khairul Hakim, S. Ag, M.Si
IP. 197512302003121001
Penguji III


Airlangga Bramayudha, MM
NIP. 197912142011011005
Penguji IV


Sun Falestien Kuletehan, MHRM, Ph.D
IP. 198205142005011001


Dr. H. Achmad Murtafi Harits, M. Fil.I
NIP. 197003042007011056



Surabaya, 07 Januari 2025
Dekan,


Nurul Arif, S.Ag. M. Fil.I.
NIP. 197110171998031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Muhammad Rafi Sechan
NIM : 04020421053
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Manajemen Dakwah
E-mail address : rafisechan5@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran Di PT Andamas Mabur Wisata Cabang
Surabaya

berserta 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, 12 Maret 2025

Penulis


(Muhammad Rafi Sechan)

ABSTRAK **(Bahasa Indonesia)**

Muhammad Rafi Sechan, NIM: 04020421053, 2024. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran di PT Andamas Maburur Wisata Cabang Surabaya.

Penelitian ini menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam strategi komunikasi pemasaran PT Andamas Maburur Wisata Cabang Surabaya, perusahaan penyedia layanan haji dan umrah. Berlandaskan prinsip Islam seperti keadilan, kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen.

Pendekatan taraf makro, meso, dan mikro digunakan sebagai dasar untuk mengetahui penerapan etika bisnis. Pada taraf makro, perusahaan menjaga citra syariah di pasar kompetitif. Di taraf meso, strategi pemasaran berbasis kualitas diterapkan untuk memenuhi standar etis. Pada taraf mikro, interaksi langsung dengan pelanggan dilakukan secara profesional dan komunikatif.

Hasil menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai etika Islam dalam komunikasi pemasaran meningkatkan kepercayaan pelanggan dan citra perusahaan. Studi ini memberikan kontribusi untuk pengembangan strategi pemasaran etis di industri haji dan umrah di Indonesia.

Keywords: *Etika Bisnis Islam, Komunikasi Pemasaran.*

ABSTRACT

(Bahasa Inggris)

Muhammad Rafi Sechan, NIM: 04020421053, 2024. Analysis of the Implementation of Islamic Business Ethics in Marketing Communications at PT Andamas Mabrur Wisata, Surabaya Branch.

This study analyzes the application of Islamic business ethics in the marketing communication strategy of PT Andamas Mabrur Wisata Cabang Surabaya, a hajj and umrah service provider company. Based on Islamic principles such as justice, honesty, transparency, and social responsibility, this study uses a qualitative approach with descriptive analysis. Data were obtained through interviews, observations, and document analysis.

Macro, meso, and micro approaches are used to evaluate the application of ethics. At the macro level, the company maintains a sharia image in a competitive market. At the meso level, a quality-based marketing strategy is implemented to meet ethical standards. At the micro level, direct interaction with customers is carried out professionally and communicatively.

The results show that the application of Islamic ethical values in marketing communications increases customer trust and company image. This study contributes to the development of ethical marketing strategies in the hajj and umrah industry in Indonesia.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Marketing Communication.*

ABSTRAK (Bahasa Arab)

أخلاقيات تطبيق تحليل. 2024، NIM: 04020421053، سيشان رافي محمد
PT Andamas Maburur شركة في التسويقية الاتصالات في الإسلامية الأعمال
Wisata سورابايا فرع

الاتصالات استراتيجية في الإسلامية الأعمال أخلاقيات تطبيق الدراسة هذه تحلل
وهي، سورابايا فرع PT Andamas Maburur لشركة التسويقية
العدل مثل الإسلامية المبادئ إلى استناداً. والعمرة الحج خدمات تقدم شركة
مع النوعي المنهج الدراسة هذه تستخدم، الاجتماعية والمسؤولية والشفافية والصدق
والملاحظات المقابلات خلال من البيانات على الحصول تم. الوصفي التحليل
الوثائق وتحليل
الأخلاقيات تنفيذ لتقييم والجزئي والمتوسط الكلي المستوى مناهج استخدام يتم
تنافسية سوق في الشرعية صورتها على الشركات تحافظ، الكلي المستوى وعلى
لتلبية الجودة على القائمة التسويق استراتيجيات تنفيذ يتم، المتوسط المستوى وعلى
العملاء مع المباشرة التفاعلات تتم، الجزئي المستوى وعلى. الأخلاقية المعايير
وتواصلية احترافية بطريقة
يؤدي التسويقية الاتصالات في الإسلامية الأخلاقية القيم تطبيق أن النتائج وتظهر
استراتيجيات تطوير في الدراسة هذه تساهم. الشركة وصورة العملاء ثقة زيادة إلى
إندونيسيا في والعمرة الحج صناعة في الأخلاقية التسويق

التسويقية الاتصالات، الإسلامية الأعمال أخلاقيات: **المفتاحية الكلمات**

DAFTAR ISI

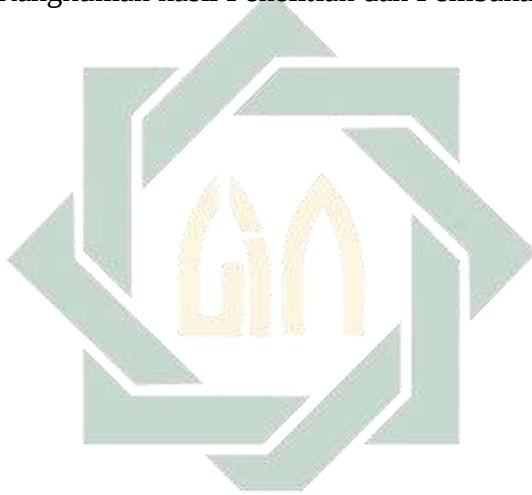
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK (Bahasa Indonesia)	vii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TRANSLITERASI.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	14
1. Manfaat teoretis.....	14
2. Manfaat praktis.....	14

E. Definisi Konsep.....	15
F. Sistematika Pembahasan.....	20
BAB II KAJIAN TEORETIS	22
A. Kerangka Teoretis	22
1. Etika Bisnis Islam.....	23
a. Pengertian Etika Bisnis	23
b. Pengertian Etika Bisnis Perspektif Islam	31
1) Etika dalam Islam	31
2) Bisnis dalam Perspektif Islam	40
2. Komunikasi Pemasaran.....	49
a. Pengertian Komunikasi pemasaran.....	49
b. Pengertian Komunikasi Pemasaran Perspektif Islam.....	57
c. Komunikasi Pemasaran Haji dan Umrah	66
3. Tantangan Penerapan Etika Bisnis Islam.....	72
B. Penelitian Terdahulu.....	74
BAB III METODE PENELITIAN	82
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	82
B. Lokasi Penelitian	83
C. Jenis dan Sumber Data	83

D. Tahap-Tahap Penelitian	85
E. Teknik Pengumpulan Data.....	88
F. Teknik Validitas Data.....	90
G. Teknik Analisis Data	91
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	93
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	93
B. Penyajian data	100
1. Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran	100
2. Tantangan Dalam Penerapan Etika Bisnis Islam ..	121
C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data).....	135
1. Perspektif Teori	135
2. Perspektif Islam.....	172
BAB V PENUTUP.....	180
A. Simpulan	180
B. Rekomendasi	181
C. Keterbatasan Penelitian	182
DAFTAR PUSTAKA.....	183
LAMPIRAN	188

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Rangkuman hasil Penelitian dan Pembahasan 171



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Pamflet Produk PT Andamas Mabrur Wisata	94
Gambar 4. 2 Pamflet Produk PT Andamas Mabrur Wisata	95
Gambar 4. 3 Pamflet Produk PT Andamas Mabrur Wisata	96
Gambar 4. 4 Pamflet Produk PT Andamas Mabrur Wisata	97



DAFTAR PUSTAKA

- Abdulloh, and Najikha Akhyati. "Riba Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Fatwa Mui." *Jurnal Kajian Agama Hukum dan Pendidikan Islam (KAHPI)* 4, no. 2 (2022): 135–148.
- Alfianto, Titis, and Khusnul Fikriyah. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran Travel Umrah (Studi Pada PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo)." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 4, no. 1 (2021): 65–77.
- Aman, S, and A Yulfajar. "Implementasi Etika Bisnis Dalam Pelayanan Biro Umroh Dan Haji: Studi Kasus Pada Pt. Safari Global Perkasa." *Ekomania* 7, no. 2 (2021): 211–220.
<https://ekomania.stiemahardhika.ac.id/index.php/ekomania/article/view/23%0Ahttps://ekomania.stiemahardhika.ac.id/index.php/ekomania/article/download/23/11>.
- Ami Radianti, Azizah Rahmah, Gita Aulyia Utami, and Zainarti Zainarti. "Analisis Sistem Penilaian Kinerja Karyawan Dalam Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia Di Pt Jasa Raharja Cabang Sumatera Utara." *Journal of Management and Creative Business* 1, no. 1 (2022): 35–44.
- Andayani, Sri Umiatun. *Konsep Dasar Etika Bisnis. Cendikia Mulia Mandiri*. Vol. 3, 2022.
- Andriani, Nita. "Etika Komunikasi Bisnis Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Al-Hikmah* 19, no. 01 (2021): 13–26.
- Arifin, Bustanul. "Model Komunikasi... Oleh: Bustanul Arifin." *Ejournal.Iai-Tribakti.Ac.Id* 29 (2018): 135–144.
<http://www.ejournal.iai-tribakti.ac.id/index.php/tribakti/article/view/571>.
- Astuti, An Ras Try. *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*. IAIN Parepare Nusantara Press, 2022.
- Ayu, Dena, and Syahrul Anwar. "Etika Bisnis Ekonomi Islam Dalam Menghadapi Tantangan Perekonomian Di Masa

Depan.” *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (2022): 42.

Azizah, Nur, Rezki Pratami, Afrit Wira Buana, and Lusyan Margaretha. “Strategi Pemasaran Iklan Go-Jek Versi Cendekiawan Untuk Meningkatkan Pengguna Aplikasi Gojek.” *Jurnal Lontar* 8, no. 1 (2020): COPYRIGHT@LONTAR2020.

<https://ejurnal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/download/2028/1335>.

Cahyono, Kukuh, and Ani Nurul Imtihanah. “Strategi Pemasaran Biro Umroh Dan Haji Pada Masa Pandemi Covid 19 (Studi Pada Biro Umroh Haji Di Kota Metro).” *MULTAZAM : Jurnal Manajemen Haji dan Umrah* 1, no. 2 (2021): 113–131.

<http://ejournal.metrouniv.ac.id/index.php/Multazam113>.

Darmawati. “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam : Eksplorasi Prinsip Etis Al-Qur’an Dan Sunnah.” *Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (2017): 58–68.

Djakfar, Muhammad. “Etos Bisnis Etnis Madura Perantauan Di Kota Malang: Memahami Dialektika Agama Dengan Kearifan Lokal.” *Iqtishoduna* (2012): 1–22.

Edy Marsudi, Ir, MSi Seprianti Eka Putri, MSi Chairul Pua Tingga, MM Sri Anugrah Natalina, MM Hardi Fardiansyah, MEcDev Marsam, MM Cut Faradilla, et al. “Manjaemen Pemasaran” (2022): 219–233. www.penerbit.medsan.co.id.

ErlyJuliyani. “63 Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam.” *Jurnal Ummul Qura* VII, no. 1 (2016): 63–74.

Fadilah, Nur. “Pengertian , Konsep , Dan Strategi Pemasaran Syari ’ Ah” 1, no. 2 (2020).

Fauroni, Lukman. “Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif Al-Qur’an.” *Iqtisad* 4, no. 1 (2009): 91–106.

Fikri, Muhamad, Rini Rahayu Kurniati, and Dadang Krisdianto.

- “Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Ahsana Property Malang).” *Jiagabi* 9, no. 2 (2020): 293–303.
- Ghazaly, Abdul Rahman, Ghufroon Ihsan, and Sapiudin Shidiq. “SAPIUDIN SHIDIQ-FITK2.Pdf.” *Kencana*, 2010.
- Hasanah, Hasyim. “TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial).” *At-Taqaddum* 8, no. 1 (2017): 21.
- Huda, Siti Nurul, and Nandang Ihwanudin. “Etika Bisnis Islam Dalam Tinjauan Al-Qur’an Dan Hadits.” *Journal of Islamic Studies Review* 2, no. 1 (2022): 67. <http://journal.adpetikisindo.or.id/index.php/moderation/article/download/35/21>.
- Hulasoh, Ela. “Komunikasi Pemasaran Terpadu Umroh Esq Tour Travel Pt. Fajrul Ikhsan Wisata.” *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 1, no. 2 (2018): 32–44.
- Irawan Dedy, Parapat Dyah Atika, Sazali Hasan. “El-Mujtama : Jurnal Pengabdian Masyarakat El-Mujtama : Jurnal Pengabdian Masyarakat.” *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (2024): 486–493.
- Iskandar, Harris. “Modul 4 Modul 4.” *Knowlegde Hub* (2019): 1–25. https://repositori.kemdikbud.go.id/22561/1/Modul4_Kem_aritiman.pdf.
- Janna, Nilda Miftahul, and Herianto. “Artikel Statistik Yang Benar.” *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, no. 18210047 (2021): 1–12.
- Maghfira Septi Arindita, Meila Asfi Raykhani, Naufal Ra’uf, Rulyn Ardianoor, and Yayat Suharyat. “Prinsip Dasar Ilmu Komunikasi Islam.” *Religion : Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 1, no. 5 (2022): 12–25.
- Maulana, Ilham, and Bambang Haryadi. “Etika Bisnis,

- Corporate Governance, Dan Stakeholder.” *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* 12, no. 2 (2022): 55–62.
- Muktamar, Ahmad, Dewi Dewi, Elis Susanti, and Reza Resita. “Peran Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia.” *Journal Of International Multidisciplinary Research* 2, no. 1 (2024): 124–131. <https://journal.banjareseapacific.com/index.php/jimr>.
- Nabbila, Faricha Lita, and Ahmad Syakur. “Prespektif Ayat Al-Qur’an Dalam Etika Bisnis Islam Kontemporer.” *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 3, no. 2 (2023): 199–206.
- Nilda Miftahul Jannah, and Aryanti. “Etika Dalam Perspektif Filsafat Islam.” *TADRIS: Jurnal Pendidikan Islam* 2, no. 2 (2018): 35–63.
- Prihatta, Hajar Swara. “Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam* 8, no. 1 (2018): 96–124.
- Rafki, Mirna, Idris Parakkasi, and Sirajuddin Sirajuddin. “Peran Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kepercayaan Dan Repeat Order Konsumen.” *Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 3, no. 2 (2022): 121.
- Risza, Handi. “Penelitian Mandiri Analisis Kebijakan : Regulasi Ekonomi Syariah Universitas Paramadina” (2020): 1–73.
- Sugiyono, Djoko. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Penerbit Alfabeta, 2010.
- Sulasih, Sulasih, Weni Novandari, and Refius Pradipta Setyanto. “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran Produk Simpanan Simbakota Di BMT Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto.” *Miftah : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 2, no. 1 (2024): 1–17.
- Susminingsih. *Etika Bisnis Islam*. PT. Nasya Expanding Management., 2020.
- Syafira, Dinda, Suhairi Suhairi, Juwita Putri Wulandari, Putri Iswanti, and Said Ihsan Fauzi. “Analisis Etika Komunikasi

Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Produk Di Sosial Media.”
Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS) 3, no. 2 (2023): 379–384.

Umar, Umrah Yani, and Syahriyah Semaun. “TRANSEKONOMIKA : Akuntansi , Bisnis Dan Keuangan STRATEGI BAURAN PEMASARAN 9P DAN CUSTOMER CENTRISM TERHADAP PENINGKATAN JAMAAH PERSPEKTIF PEMASARAN SYARIAH (Studi: Travel Haji Dan Umrah Di Ajattapareng)” 4, no. 5 (2024): 691–704.

Wati, Destiya, Suyudi Arif, and Abrista Devi. “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 1 (2021): 141–154.

Yusnaldi, Yusnaldi, Mirdha Fahlevi SI, and Muzakir Muzakir. “Eksplotasi Anak Dalam Komunikasi Pemasaran Studi Kasus Iklan Mcdonald Fillet-O-Fish.” *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen* 4, no. 1 (2020): 25–36.

Yusnaldi, Yusnaldi, Mirdha Fahlevi SI, and Nabila Hilmy Zhafira. “Konsep Dasar Etika Komunikasi Pemasaran Islam, Sebuah Pendekatan Analisis Teoritis Dalam Praktek Bisnis.” *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen* 5, no. 1 (2021): 69–78.

Zaroni, Akhmad Nur. “Bisnis Dalam Perpsektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi).” *MAZAHIB: Jurnal Pemikiran Hukum Islam* 4, no. 2 (2007): 172–184.
<https://journal.iain-samarinda.ac.id/index.php/mazahib/article/view/507>.