

IAN

**PRILAKU DAN KINERJA USAHA BIRO PERJALANAN
IBADAH UMROH DI KOTA PALEMBANG**



Skripsi Oleh:

**RICKY RAHMATULLAH
01071002024
EKONOMI PEMBANGUNAN**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih
Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI**

2012

S
338.707
RIC
P
2012
CI : 131382.

Record : 22533
Reg : 23017

**PRILAKU DAN KINERJA USAHA BIRO PERJALANAN
IBADAH UMROH DI KOTA PALEMBANG**



Skripsi Oleh:

**RICKY RAHMATULLAH
01071002024
EKONOMI PEMBANGUNAN**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih
Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI**

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

PRILAKU DAN KINERJA USAHA BIRO PERJALANAN IBADAH UMROH DI KOTA PALEMBANG

Disusun oleh:

Nama : Ricky Rahmatullah
Nim : 01071002024
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Bidang Kajian/Konsentrasi : Ekonomi Industri

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

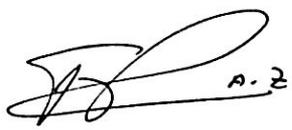
Dosen Pembimbing



Tanggal Juni 2012
: _____

Ketua
Prof. Dr. Bernadette Robiani, M.Sc
NIP. 196402161989032001

Tanggal, Juni 2012
: _____

Anggota

Drs. Muhammad Teguh, M.Si
NIP.196108081989031003

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PRILAKU DAN KINERJA USAHA BIRO PERJALANAN IBADAH UMROH DI KOTA PALEMBANG

Disusun oleh:

Nama : Ricky Rahmatullah
Nim : 01071002024
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Bidang Kajian/Konsentrasi : Ekonomi Industri

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 24 Juli 2012 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

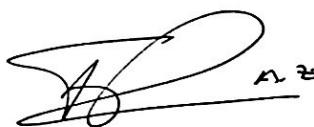
Panitia Ujian Komprehensif
Indralaya, Juli 2012

Ketua,



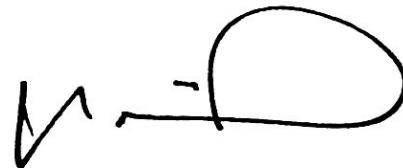
Prof. Dr. Bernadette Robiani, M.Sc
NIP. 196402161989032001

Anggota,



Drs. Muhammad Teguh, M.Si
NIP.196108081989031003

Anggota,



Prof. H. Syamsurijal, AK, Ph.D
NIP.195212121981021001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



Dr. Azwardi, M.Si
NIP.196805181993031003

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ricky Rahmatullah
NIM : 01071002024
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Konsentrasi : Konsentrasi industri

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

PRILAKU DAN KINERJA USAHA BIRO PERJALANAN IBADAH UMROH DI KOTA PALEMBANG

Pembimbing :

Ketua : Prof. Dr. Bernadette Robiani, M.Sc
Anggota : Drs. Muhammad Leguh, M.Si
Tanggal Ujian : 24 Juli 2012

Adalah benar-benar hasil karya Saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar keesaiaannya.

Indralaya, 27 Juli 2012



Pembuat Pernyataan

Ricky Rahmatullah

NIM. 01071002024

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul **Prilaku dan Kinerja Usaha Biro Perjalanan Ibadah Umroh di kota Palembang**. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi program strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai produsen biro perjalanan ibadah umroh di kota Palembang. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ketua Jurusan
3. Sekretaris Jurusan
4. Para dosen penguji yang telah membantu memberikan kritik dan saran
5. Orang tua

Indralaya, 27 Juli 2012

Penulis

ABSTRAK

Prilaku dan Kinerja Usaha Biro Perjalanan Ibadah Umroh di Kota Palembang

Oleh:
Ricky Rahmatullah

Penelitian ini bertujuan untuk (produsen) biro perjalanan ibadah umroh di kota Palembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sampel sebanyak 10 responden yang menjadi produsen biro perjalanan ibadah umroh di kota Palembang maka dari dua variabel yang dibahas yaitu strategi promosi dan tingkat keuntungan dimana rata-rata biaya promosi yang dikeluarkan responden hanya sebesar 0,05% dari pembentukan total cost. Sehingga terlihat tidak signifikan terhadap pembentukan total biaya dan tingkat keuntungan yang dihasilkan. Rata-rata tingkat keuntungan yang diperoleh produsen usaha perjalanan ibadah umroh di kota Palembang bernilai US\$ 174.647,-. Tingkat Keuntungan yang sangat tinggi ini akan mendorong pesaing-pesaing baru untuk memasuki pasar, dengan harapan mendapatkan kesempatan untuk memperoleh keuntungan yang besar.

Kata Kunci : Umrah, harga, biaya promosi dan tingkat keuntungan.

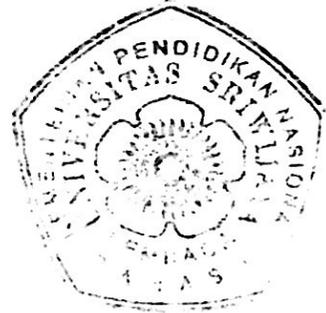
ABSTRACT

Behavior and Performance of Visit-Mecca Travel Bureaus in Palembang

Ricky Rahmatullah; Prof. Dr. Bernadette Robiani, M. Sc., Drs. Muhammad Teguh, M. Si.

This study deals with marketing of ten Visit-Mecca travel bureaus in Palembang. Two variables namely promotion and profit making were studied. By average, the bureaus spent 0.05% of the total cost. This was not a significant number compared to the total cost and the profit. By average the bureaus achieved a profit of US \$ 174,647.00. This profit was high enough to attract other bureaus to enter this business sector because it yields large profits.

Key words: umroh (visit Mecca), promotion cost, profits



RIWAYAT HIDUP

Nama : Ricky Rahmatullah

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat /Tanggal Lahir : Palembang /25 April 1988

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat Rumah : Jl. Kaca Piring No.54 Rt.06 Rw.02 YKP II Palembang
(30137) Sumatera Selatan

Alamat Email : rickyrahmatullah@rocketmail.com

Pendidikan Formal:

Sekolah Dasar : SD Muhammadiyah 1 Palembang

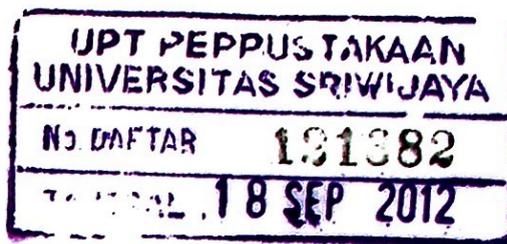
SLTP : SLTP Muhammadiyah 1 Palembang

SMU : SMK N 2 Palembang

Pendidikan Non Formal : Kursus Komputer PalcomTech (2012)
Kursus Pajak Brevet A & B (2012)

Pengalaman Organisasi : Kadiv. Diklat Mafesripala (2009)
Ormas Nasional Demokrat SumSel (2011)

Penghargaan Prestasi : -



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Sistematika Pembahasan.....	10

	Halaman
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1 Teori Organisasi Industri	12
2.1.2 Strategi Harga	16
2.1.3 Strategi Promosi.....	20
2.1.4 Tingkat Keuntungan.....	23
2.2. Penelitian Sebelumnya	25
2.3. Kerangka Pemikiran	28
2.4. Perumusan Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	30
3.2. Rancangan penelitian.....	30
3.3. Sumber Data	31
3.4. Populasi dan Sampel.....	31
3.5. Definisi operasional dan pengukuran Variabel	32
3.6. Teknik Analisis.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1. Hasil Penelitian.....	35
4.1.1. Sejarah Usaha Biro Perjalanan.....	35
4.1.2. Perkembangan Industri Perjalanan Ibadah Umroh di kota Palembang	37

	Halaman
4.1.3. Kondisi Sosial ekonomi Produsen Usaha Perjalanan Ibadah Umroh di kota Palembang.....	40
4.1.4. Tingkat Pendidikan Produsen	41
4.1.5. Riwayat Kepemilikan Usaha.....	41
4.1.6. Lamanya Usaha.....	42
4.1.7. Permodalan.....	42
4.1.8. Tenaga Kerja	44
4.1.9. Produksi	47
4.1.10. Proses Produksi.....	51
4.1.11. Kapasitas Produksi.....	57
4.1.12. Pemasaran	59
4.2. Pembahasan	61
4.2.1. Tingkat Keuntungan Usaha Perjalanan Ibadah Umroh	61
4.2.2. Analisis Strategi Promosi Usaha Perjalanan Ibadah Umroh	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran	73
5.3 Keterbatasan penelitian	74
Daftar Pustaka	76
Lampiran-lampiran.....	78

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jumlah jemaah haji yang berangkat ke tanah suci Mekkah menurut Kabupaten Kota di Propinsi Sumatera Selatan (orang) 2005-2010.....	4
Tabel 1.2. Klasifikasi Jasa	7
Tabel 4.1. Aspek Manajerial Responden.....	40
Tabel 4.2. Modal Usaha Perjalanan Ibadah Umroh di kota Palembang.....	41
Tabel 4.3. Status Tenaga kerja yang digunakan oleh Produsen Perjalanan Ibadah Umroh di kota Palembang.....	46
Tabel 4.4. Jumlah dan persentase produsen perjalanan ibadah umroh menurut kapasitas produksi	58
Tabel 4.5. Jumlah dan persentase produsen perjalanan ibadah umroh menurut frekuensi produksi (selama 1 tahun)	59
Tabel 4.6. Harga Paket umroh pada usaha biro perjalanan ibadah umroh di kota Palembang	61
Tabel 4.7. Perbedaan produk paket ibadah umroh	62
Tabel 4.8. Komponen biaya rata-rata produksi usaha perjalanan ibadah umroh di kota Palembang	63
Tabel 4.9. Biaya rata-rata yang dikeluarkan produsen perjalanan ibadah umroh di kota Palembang	64
Tabel 4.10. Total biaya (TC), Total penerimaan dan Tingkat keuntungan produsen perjalanan ibadah umroh di kota Palembang (/tahun).....	65

Tabel 4.11. Biaya Promosi/tahun produsen perjalanan ibadah umroh di kota Palembang	67
Tabel 4.12. Penjualan, total biaya dan biaya promosi produsen perjalanan ibadah umroh di kota Palembang.....	68
Tabel 4.13. Persentase biaya promosi terhadap total biaya dan total penerimaan	69
Tabel 4.14. Persentase biaya promosi terhadap tingkat keuntungan.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Hubungan Struktur-Prilaku-Kinerja	14
Gambar 4.1. Jumlah usaha perjalanan ibadah umroh di kota Palembang (2005-2010)	39
Gambar 4.2. Tingkat Pendidikan tenaga kerja usaha perjalanan ibadah umroh di kota palembang	47
Gambar 4.3. Skema Perjalanan ibadah umroh.....	52
Gambar 4.4. Skema tahapan proses produksi jasa perjalanan ibadah umroh	54
Gambar 4.5. Persentaase media promosi produsen perjalanan ibadah umroh.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Jadwal Konsultasi Pembimbing Skripsi I

Lampiran 3 Jadwal Konsultasi Pembimbing Skripsi II

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industrialisasi merupakan langkah penting dalam menciptakan suatu restrukturisasi ekonomi dan sekaligus mengadakan pembangunan dalam kehidupan masyarakat (Soekirno, 1994:13). Sektor ekonomi yang berkembang akan mampu membantu percepatan pertumbuhan serta laju pembangunan di negara berkembang seperti Indonesia, baik melalui laju pertumbuhan ekonomi yang tinggi maupun juga pemerataan distribusi pendapatan yang lebih baik dan merata. Sektor industri berperan juga untuk mendukung ekonomi yang cukup tinggi secara berkelanjutan, meningkatkan produktivitas tenaga kerja dan memperluas kesempatan kerja, meningkatkan dan menghemat devisa, mendorong pembangunan daerah, meningkatkan dan pemeratakan pendapatan masyarakat serta mengentaskan kemiskinan.

Secara mikro industri adalah kumpulan perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang-barang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti yang sangat erat. Namun demikian, dari segi pembentukan pendapatan cenderung bersifat makro, dimana industri diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah (Hasibuan, 1994:12). Pembangunan industri ditujukan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing baik didalam maupun di luar negeri, meningkatkan kemampuan teknologi agar dapat

menghasilkan produk unggulan, pemeratakan kesempatan berusaha serta memanfaatkan sumber daya yang ada secara optimal.

Pada ilmu ekonomi industri hubungan keterkaitan antar variabel yang dibahas adalah hubungan dengan tingkah laku perusahaan-perusahaan industri dalam perekonomian. Setiap variabel yang dinyatakan adalah memiliki nilai besaran tertentu, yang keberadaannya dapat diukur, dapat ditelusuri dan dapat diuji di dalam kehidupan sehari-hari. (Teguh, 2010:3)

Kompetisi global yang semakin intensif, deregulasi pemerintah yang sering berubah-ubah dan kemajuan teknologi yang pesat mendorong suatu ide-ide perubahan yang sangat cepat, yang mengakibatkan banyaknya jenis industri tertentu yang tidak bisa bertahan hidup. Segala bentuk strategi membedakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan industri dibandingkan produk yang dihasilkan dan ditawarkan oleh pesaing-pesaing lainnya yang terdapat di dalam pasar adalah diusahakan untuk menciptakan kesukaan konsumen terhadap produk yang diperjual belikan (Teguh, 2010:209). Fenomena tersebut mengimplikasikan bahwa praktek dan kebijakan strategi promosi dapat memainkan suatu peranan penting dalam meningkatkan pendapatan usaha serta mempertahankan kelangsungan dari perusahaan dan industri tersebut.

Salah satu industri yang perlu diperhitungkan keberadaannya saat ini adalah industri yang bergerak di bidang usaha Biro Perjalanan Ibadah Umrah. Hal ini

dikarenakan tingginya kesadaran masyarakat khususnya umat muslim akan pentingnya ibadah, telah merubah pola konsumsi mereka, yang dahulu hanya mengkonsumsi yang sifatnya duniawi, sekarang berubah menjadi Syariat Islam, yaitu pelaksanaan islam sebagai *way of life* secara konsisten dalam semua kegiatan kehidupan akan melahirkan sebuah tatanan kehidupan yang baik (Antonio, 1999:42). Perubahan pola konsumsi dalam pelaksanaan syariat islam untuk mencapai keberkahan inilah yang menjadi faktor pemicu bertumbuhnya produsen-produsen yang menawarkan barang atau jasa dengan tingkat syariat Islam yang tinggi. Akibat Pergeseran pola konsumsi syariat Islam ini mendorong industri-industri yang bergerak di bidang usaha biro perjalanan umroh menawarkan bermacam-macam paket ibadah umroh, demi menarik perhatian konsumen, biro perjalanan berlomba-lomba meningkatkan kualitas pelayanan jasa perjalanan umroh yang baik.

Adapun jumlah jemaah yang ingin beribadah umroh menunjukkan trend meningkat dari tahun ke tahun, Menurut Badan Pengurus Pusat (BPP) Himpunan Penyelenggara Umrah dan Haji (Himpuh), menyebutkan jemaah umrah dari Indonesia diperkirakan pada tahun 2012 mencapai 200 juta orang atau hampir sama dengan kuota haji Indonesia yang jumlahnya 211 ribu orang. (Mustapha, 2008). Menurut Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan (2010), dari total jumlah penduduk Sumatera Selatan yang berjumlah 7.450.394 jiwa, persentase penduduk yang beragama Islam yakni 94,41 persen yang diantaranya berada di kota Palembang sebesar 1.483.625 jiwa. Dari jumlah penduduk tersebut rata-rata 6000

jiwa tiap tahunnya melaksanakan ibadah haji seperti yang tercermin pada tabel berikut ini.

Tabel 1.1 Jumlah jemaah haji yang berangkat ke tanah suci Mekkah menurut Kabupaten Kota di Propinsi Sumatera Selatan (orang) 2005-2010

Kabupaten/Kota	2005	2006	2007	2008	2009	2010
OKU	427	305	199	241	254	345
OKI	293	268	232	144	338	307
Muara Enim	196	199	253	224	264	191
Lahat	153	191	190	191	179	153
Musi Rawas	225	249	234	221	230	249
Musi Banyuasin	109	169	233	216	309	344
Banyuasin	93	117	145	113	135	130
OKU Selatan	-	-	35	28	74	52
OKU Timur	-	301	322	424	418	578
Ogan Ilir	-	-	151	170	138	165
Empat Lawang	-	-	-	-	-	-
Palembang	3967	3720	3490	3621	3246	3233
Prabumulih	398	388	368	377	274	368
Pagar Alam	122	107	65	105	134	79
Linggau	207	247	347	228	218	200
TOTAL	6190	6261	6269	6303	6211	6394

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2010

Dari Tabel 1.1 diatas dapat dilihat animo masyarakat Sumatera Selatan terhadap ibadah perjalanan ke tanah suci Mekkah sangat besar, dimana jumlah masyarakat yang berangkat ke tanah suci Mekkah didominasi berasal dari kota Palembang yakni sebesar 50,6 persen. Melihat fenomena ini, perusahaan penyelenggara usaha biro perjalanan umroh khususnya yang berada di kota Palembang, dapat mempertimbangkan analisa faktor strategi promosi yang dapat ditawarkan kepada masyarakat guna meningkatkan pendapatan usaha mereka pada industri biro perjalanan yang menjanjikan ini. Untuk memaksimalkan potensinya, sebuah perusahaan harus memposisikan dirinya sendiri dalam

segmen-segmen pasar inti, dimana perusahaan dideferensiasikan secara obyektif ataupun subyektif dengan cara positif atas penawaran-penawaran pesaing (Payne, 1993:149)

Pada dasarnya suatu produk dapat dikalsifikasikan dengan berbagai cara, antara lain berdasarkan daya tahan produk dalam penggunaannya atau wujud produk tersebut, kriteria produk dapat dibagi dalam tiga kelompok, yaitu :

1. *Non-Durable Goods* (barang yang tidak bertahan lama)

Barang yang tidak bertahan lama adalah barang yang di konsumsi sekali atau sekali pakai atau memiliki jangka waktu pemakaian kurang dari satu tahun.

2. *Durable Goods* (barang yang bertahan lama)

Barang yang bertahan lama dapat digunakan lebih dari satu tahun.

3. *Services* (Jasa)

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan

Jasa merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (*Intangibility*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan (Payne, 2000:8). Usaha-usaha jasa adalah suatu kegiatan yang menghasilkan jasa dengan tujuan untuk di jual baik seluruhnya atau sebagian serta ada seorang atau lebih yang bertanggung jawab (BPS, 2010). Jasa memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari barang

atau produk-produk manufaktur, karakteristik tersebut antara lain, *pertama*, Tidak berwujud yakni bersifat abstrak dan tidak berwujud, *kedua*, heterogenitas yakni merupakan variabel non standar dan sangat bervariasi, *ketiga*, tidak dapat dipisahkan yakni umumnya dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan, dengan partisipasi konsumen dalam proses tersebut, *keempat*, tidak tahan lama yakni jasa tidak mungkin disimpan dalam persediaan (Payne, 2000:9).

Jasa merupakan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh pihak lain yang pada dasarnya bersifat *Intangible* (tidak tampak) dan tidak menghasilkan kepemilikan atas produk tersebut dan produksi jasa bisa berhubungan atau tidak berhubungan dengan produk fisik, (Tjiptono, 1996 : 13&14 dalam sugiarto 2002:37) klasifikasi jasa pada dasarnya dapat dibagi dalam tujuh garis besar, yaitu segmen pasar, tingkat kemewadakan, keterampilan penyedia jasa, tujuan organisasi jasa, regulasi, tingkat intensitas karyawan dan tingkat kontrak penyelia jasa, serta pelanggan.

Ada semacam kebutuhan untuk mengembangkan skema klasifikasi jasa yang memungkinkan para pengelola jasa dapat membandingkan perusahaan mereka, dengan perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri jasa lain yang memiliki karakteristik yang sama dan dapat belajar dari mereka (Payne, 1993:13). Kebutuhan klasifikasi ini merupakan konsekuensi dari pengelola jasa untuk mengidentifikasi bisnis jasa yang dimilikinya dengan bisnis jasa lainnya, yakni terdapat suatu perilaku dari pengelola jasa yang berdampak pada

kinerja dan segmen pasarnya, ataupun sebaliknya hal ini merupakan landasan dasar dari model organisasi industri yang terstruktur, atau dengan kata lain jasa merupakan industri.

Tabel 1.2 Klasifikasi Jasa

Dasar Jasa	Klasifikasi	Contoh
Segmen Pasar	*Konsumen Akhir *Konsumen Organisasional	salon Kecantikan konsultan Manajemen
Tingkat Kemewadakan	* <i>Reanted-goods services</i> * <i>Owned-goods service</i> * <i>Non-goods service</i>	penyewaan mobil reprasi jam tangan pemandu wisata
Keterampilan penyedia jasa	* <i>Profesional service</i> * <i>Non-profesional service</i>	dokter Sopir Taxi
Tujuan Organisasi Jasa	* <i>Profit service</i> * <i>Non-Profit service</i>	bank yayasan Sosial
Regulasi	* <i>Regulated service</i> * <i>Nonregulated service</i>	angkutan umum katering/restoran
Tingkat Intensitas karyawan	* <i>Equipment-based</i> * <i>People-based service</i>	ATM pelatih sepakbola
Tingkat kontrak penyedia jasa dan pelanggan	* <i>High-contact service</i> * <i>Low-contact service</i>	universitas bioskop

Sumber : Fitzcimmmons (dalam sugiarto 2002 : 37)

Skema-skema klasifikasi jasa, akan membantu para pengelola jasa untuk melintasi batas industri mereka dan memperoleh pengalaman dari industri jasa lain (Payne, 1993:12). Berbagai masalah umum yang memiliki sifat-sifat dasar yang sama akan sangat membantu dalam memecahkan masalah-masalah yang timbul dalam industri jasa dan dapat menjadi jalan pintas bagi pengelola bisnis industri jasa tersebut.

Pariwisata merupakan suatu industri, seperti yang dikatakan G.A. Schmoll dalam bukunya *Tourism Promotion* Halaman 30 (Yoeti, 2001:xxvi) sebagai berikut,

Tourism is a highly decentralized industry consisting of enterprises different in size, location, function, type of organization, range of services provided and methods used to market and sell them. In addition, a variety of trade associations, cooperative institutions and official or semiofficial organization at the local, regional and national, and international level play an important role in the industry.

Pariwisata adalah semua proses yang ditimbulkan oleh arus perjalanan lalu lintas orang-orang dari luar ke suatu negara atau daerah dan segala sesuatu yang terkait dengan proses tersebut seperti makan atau minum, transportasi, akomodasi dan objek atau hiburan (Simatupang, 2009:24).

Hal senada pula yang diberikan oleh Prof. Didi Atmadilaga, (yoeti, 2001:xxvi) yakni, Industri pariwisata adalah serangkaian perusahaan yang satu sama lain terpisah, sangat beraneka ragam dalam skala, fungsi, lokasi, dan bentuk organisasi, namun mempunyai kaitan fungsional terpadu dalam menghasilkan berbagai barang atau jasa bagi kepentingan kebutuhan wisatawan dalam perjalanan dan keperluan lainnya yang berkaitan. Dalam hal ini perusahaan primer mengurus keperluan transportasi, akomodasi, makanan dan minuman, untuk persiapan perjalanan. Perusahaan sekunder memasok cinderamata dan barang lain keperluan wisatawan, menyediakan hiburan, asuransi, jasa bank dan sebagainya. Disamping itu terdapat lembaga seperti keperluan perusahaan primer, perusahaan penghasil keperluan umum, dan perusahaan yang menyelenggarakan penggalakan pariwisata, biro iklan, jasa konsultasi bagi perusahaan pariwisata lainnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai “Prilaku dan kinerja usaha perjalanan ibadah umroh di Kota Palembang”.

1.2 Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang hendak diangkat dalam penelitian ini adalah mengenai prilaku dan kinerja yakni terdiri dari :

1. Bagaimana strategi promosi yang terjadi pada usaha perjalanan ibadah umroh di kota Palembang.
2. Bagaimana tingkat keuntungan yang diraih pada usaha perjalanan ibadah umroh di kota Palembang

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui bentuk-bentuk strategi promosi pada usaha perjalanan ibadah umroh
2. Mengetahui tingkat keuntungan yang tercipta pada usaha perjalanan ibadah umroh di kota Palembang

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat antara lain :

1.4.1 Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini merupakan salah satu bentuk aplikasi ilmu Metodologi Penelitian dan ilmu Ekonomi Industri khususnya industri Jasa yang diharapkan memberikan manfaat untuk penerapan didunia industri secara nyata.

1.4.2 Manfaat Secara Praktis

1. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi pengusaha dalam menetapkan promosi yang tepat, sehingga produk jasa yang ditawarkan dapat terjamin dan berstandar serta mendapatkan keuntungan yang maksimal.
2. Bagi perguruan tinggi khususnya Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi yang besar dalam rangka daftar pustaka maupun referensi penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Skripsi

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disajikan untuk memberikan gambaran keseluruhan isi penelitian. Adapun sistematika pembahasan yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari lima bab.

Bab I berisikan latar belakang, perumusan masalah tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II berisikan tinjauan pustaka yang akan memberikan pengertian dasar yang membahas teori yang digunakan dalam penelitian ini, materi dan teori yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, kemudian dilanjutkan dengan penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran dan hipotesis.

Bab III berisikan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yang mencakup ruang lingkup penelitian, rancangan penelitian, sumber data, definisi operasional dan pengukuran variabel

Bab IV berisikan hasil dari penelitian dan pembahasannya. Dalam bab ini juga akan disajikan data yang diperoleh dari hasil penelitian melalui analisis data.

Bab V berisikan kesimpulan, keterbatasan dan saran yang telah dirangkum setelah meneliti dan membahas pertanyaan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafi. 1999. *Perbankan Syariah*. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2006. *Direktori Perusahaan Jasa Pariwisata 2006*. Jakarta: Cv. Prodata Nusaraya.
- Badan Pusat Statistik Kota Palembang. 2011. *Palembang Dalam Angka 2011*. BPS Kota Palembang.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan. 2011. *Sumatera Selatan Dalam Angka 2011*. BPS Provinsi Sumatera Selatan.
- Boediono, *Ekonomi Mikro*. 1993. Yogyakarta: BPF E.
- Bram, Yudi Farola. 2005. *Analisis Efektivitas Iklan Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Perusahaan Percetakan dan Penerbitan PT. Rambang Dengan Menggunakan Metode EPIC Model. Jurnal*. Palembang : Magister Manajemen Universitas Sriwijaya Palembang.
- Hasibuan, Nurimansyah. 1994. *Ekonomi Industri*. Jakarta: LP3ES.
- Luther, Ramos. 2009. *Penerapan Strategi Promosi Perusahaan Perjalanan. Jurnal*. Jakarta : Universitas Bina Nusantara Jakarta.
- Musonera, Etienne. *An Examination of Factors that Affect Pricing Decisions for Export Markets. Jurnal*. Rwanda : National University of Rwanda.
- Mustapha, Helmy. 2008. *Jumlah Jemaah Umroh naik Terus*. (online). <http://www.umrahajiplus.com>, diakses tanggal 4 November 2011.
- Nicholson, Walter. 1989. *Teori Mikro Ekonomi I*. Jakarta: CV.Rajawali.
- Novianty, Priska dan Nurdin Sobari. 2009. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Wisata RRC PT.XYZ. Jurnal*. Jakarta.: Universitas Tarumanegara Jakarta
- Payne, Adrian. 2000. *The Essence of Services Marketing Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI and Pearson Education Asia Pte. Ltd.

- Pindyck R.S dan D.L Rubinfeld. 1994. *Pengantar Teori Mikroekonomi*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Salvatore, Dominick. 1991. *Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Simatupang, Violetta. 2009. *Pengaturan Hukum Kepariwisata Indonesia*. Bandung : PT. Alumni
- Sugiarto, Endar. 2002. *Psikologi pelayanan dalam industri Jasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sukirno, Sadono. 1994. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. 1985. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suwarni. 2009. *Marketing Mix Strategy dalam Meningkatkan Volume Penjualan*. *Jurnal*. Surabaya : Universitas Negeri Malang
- Teguh Muhammad. 2001. *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Teguh, Muhammad. 2010. *Ekonomi Industri*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yoeti, Oka A. 1995. *Tours and Travel Management*. Jakarta :PT. Pradnya Paramita.
- Yoeti, Oka A. 2001. *Ilmu Pariwisata Sejarah, perkembangan dan prospeknya*. Jakarta : PT. Pertja.