

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran I Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

STRATEGI BAURAN PROMOSI PT. AL-TAIF SAUDI WISATA DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING

RUMUSAN MASALAH:

1. Bagaimana startegi bauran promosi paket umrah PT. Al Taif Saudi Wisata dalam meningkatkan daya saingnya?
2. Apa saja faktor pendukung dan peghambat strategi bauran promosi paket umrah PT. Al Taif Saudi Wisata dalam meningkatkan daya saingnya?

WAWANCARA DENGAN STAF PT. AL-TAIF SAUDI WISATA:

1. Bagaimana startegi bauran promosi paket umrah PT. Al Taif Saudi Wisata dalam meningkatkan daya saingnya?

A. Bauran Promosi (*Promotion Mix*)

Periklanan (*Advertising*)

1. Apa saja cara yang digunakan PT. Al-Taif Saudi Wisata untuk mempromosikan paket umrah? (misalnya melalui iklan, diskon, acara, dll).
2. Apa saja media iklan yang digunakan perusahaan untuk mempromosikan paket umrah? (misalnya, brosur, radio, koran, media sosial).
3. Mengapa media tersebut dipilih?
4. Bagaimana perusahaan menentukan pesan utama dalam iklan paket umrah?

5. Bagaimana anda menilai keberhasilan iklan yang dijalankan? Apakah ada indikator tertentu yang digunakan?

B. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

1. Apakah perusahaan menawarkan diskon, paket khusus, atau hadiah untuk menarik pelanggan umrah? Bisa dijelaskan?
2. Siapa yang menjadi target utama dari promosi penjualan ini? (misalnya, kelompok usia tertentu, pekerja, pelajar, dll).
3. Bagaimana perusahaan memastikan promosi tersebut menjangkau target yang tepat?
4. Bagaimana hasil dari promosi penjualan ini? Apakah berhasil meningkatkan penjualan? Bisa dijelaskan lebih lanjut?

C. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

1. Bagaimana peran tim penjualan dalam mempromosikan paket umrah? Apakah mereka aktif menghubungi calon pelanggan atau menunggu permintaan?
2. Apa pendekatan yang digunakan oleh tim penjualan untuk meyakinkan calon pelanggan? (misalnya, konsultasi langsung, demo produk, penawaran khusus).
3. Bagaimana kinerja tim penjualan dievaluasi? Apakah ada target atau metrik yang digunakan?

D. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

1. Apakah perusahaan menggunakan email, nomor telepon, atau pesan teks untuk memasarkan paket umrah secara langsung kepada calon pelanggan?
2. Bagaimana pesan dalam pemasaran langsung ini dirancang? Apakah disesuaikan dengan profil pelanggan?
3. Apakah pemasaran langsung ini efektif dalam menarik minat calon pelanggan? Bisa dijelaskan dengan contoh?

E. Hubungan Masyarakat (Public Relations)

1. Apakah perusahaan melakukan kegiatan hubungan masyarakat seperti penyelenggaraan acara, sponsorship, atau publikasi berita? Bisa Anda jelaskan lebih lanjut?
2. Apa tujuan utama dari kegiatan hubungan masyarakat ini? (misalnya, membangun citra, meningkatkan kepercayaan, atau memperluas jaringan).
3. Bagaimana Anda mengevaluasi keberhasilan kegiatan PR yang dilakukan?

F. Penilaian Strategi Promosi

1. Menurut Anda, cara promosi mana yang paling berhasil menarik pelanggan?

Teori Keunggulan Bersaing oleh Michael Porter

A. Strategi Kepemimpinan Biaya (Cost Leadership)

1. Bagaimana PT. Al-Taif Saudi Wisata mengelola biaya operasional untuk dapat menawarkan harga yang kompetitif?
2. Apakah ada strategi khusus yang diterapkan untuk menekan biaya tanpa mengurangi kualitas layanan?

B. Diferensiasi (Differentiation)

3. Apa yang membuat paket umrah PT. Al-Taif Saudi Wisata berbeda dari kompetitor?
4. Bagaimana perusahaan mengomunikasikan keunikan ini kepada pelanggan?

C. Strategi Fokus (Focus Strategy)

1. Apakah perusahaan lebih memfokuskan diri pada segmen pasar tertentu?
Jika ya, bagaimana pendekatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan segmen tersebut?

Tantangan dan Evaluasi

1. Apa saja tantangan yang dihadapi dalam menerapkan strategi bauran promosi?
2. Bagaimana PT. Al-Taif Saudi Wisata mengatasi hambatan-hambatan tersebut?
3. Apakah ada faktor eksternal yang mempengaruhi efektivitas strategi promosi yang telah dijalankan?
4. Bagaimana perusahaan mengevaluasi keberhasilan strategi promosi yang telah diterapkan?

WAWANCARA DENGAN STAF PT. AL-TAIF SAUDI WISATA

(Rumusan Masalah 2):

1. Apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi bauran promosi paket umrah PT. Al Taif Saudi Wisata dalam meningkatkan daya saingnya?)

A. Faktor Pendukung

1. Apa yang menurut Anda menjadi kekuatan utama PT. Al-Taif Saudi Wisata dalam menjalankan strategi bauran promosi?
2. Apakah sumber daya internal perusahaan (misalnya, tim promosi, teknologi, atau keuangan) menjadi faktor pendukung keberhasilan promosi?
3. Bagaimana respon pelanggan terhadap strategi promosi yang telah dijalankan?
4. Apakah ada aspek tertentu yang sangat diapresiasi pelanggan?
5. Apakah hubungan kerja sama dengan pihak eksternal (misalnya, pihak tertentu seperti lembaga keagamaan, keterlibatan dengan majelis”) membantu mempermudah pelaksanaan promosi?

B. Faktor Penghambat

1. Apa saja tantangan utama yang dihadapi dalam menerapkan strategi bauran promosi?
2. Apakah ada kendala terkait sumber daya internal (misalnya, anggaran promosi yang terbatas atau kurangnya tenaga ahli)?
3. Apakah regulasi pemerintah terkait perjalanan umrah memengaruhi strategi promosi yang dilakukan? Jika ya, bagaimana dampaknya?

4. Bagaimana kondisi pasar, seperti persaingan harga dengan kompetitor atau perubahan minat pelanggan, memengaruhi efektivitas promosi perusahaan?
5. Apakah perusahaan pernah mengalami hambatan dalam menggunakan media promosi tertentu (misalnya, kesulitan menjangkau target melalui media sosial atau media tradisional)?

WAWANCARA DENGAN JEMAAH PT. AL-TAIF SAUDI WISATA:

1. Bagaimana startegi bauran promosi paket umrah PT. Al Taif Saudi Wisata dalam meningkatkan daya saingnya?

Strategi Bauran Promosi

A. Periklanan (Advertising)

1. Bagaimana Anda mengetahui informasi tentang paket umrah PT. Al-Taif Saudi Wisata? Apakah melalui iklan, media sosial, rekomendasi, atau cara lainnya?
2. Apakah Anda merasa media iklan yang digunakan oleh perusahaan cukup informatif dan menarik? Mengapa?
3. Menurut Anda, apakah pesan yang disampaikan dalam iklan perusahaan sudah jelas dan relevan dengan kebutuhan Anda?

B. Promosi Penjualan (Sales Promotion)

4. Apakah Anda pernah tertarik dengan promosi yang ditawarkan, seperti diskon, hadiah, atau paket khusus? Jika ya, apa yang paling menarik?

5. Menurut Anda, apakah promosi tersebut membantu Anda memutuskan untuk memilih PT. Al-Taif Saudi Wisata?

C. Penjualan Personal (Personal Selling)

6. Apakah Anda pernah dihubungi langsung oleh tim penjualan PT. Al-Taif Saudi Wisata? Jika ya, bagaimana pendapat Anda tentang pendekatan mereka?

7. Apakah Anda merasa tim penjualan memberikan penjelasan yang cukup lengkap tentang layanan yang ditawarkan?

D. Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

8. Apakah Anda pernah menerima informasi tentang paket umrah melalui email, telepon, atau pesan teks? Jika ya, apakah cara ini efektif menurut Anda?

E. Hubungan Masyarakat (Public Relations)

9. Apakah Anda pernah mengikuti acara atau kegiatan yang diadakan oleh PT. Al-Taif Saudi Wisata (seperti seminar, workshop, atau sponsorship)? Jika ya, bagaimana pengalaman Anda?

10. Menurut Anda, apakah kegiatan seperti ini membantu membangun kepercayaan Anda terhadap perusahaan?

WAWANCARA DENGAN JEMAAH PT. AL-TAIF SAUDI
WISATA (Rumusan Masalah 2) :

2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi bauran promosi paket umrah PT. Al Taif Saudi Wisata dalam meningkatkan daya saingnya?

A. Faktor Pendukung

11. Apa yang menurut Anda menjadi kelebihan utama dari PT. Al-Taif Saudi Wisata dibandingkan perusahaan travel umrah lainnya?

12. Apakah Anda merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan?

13. Menurut Anda, apakah promosi yang dilakukan perusahaan cukup sesuai dengan kebutuhan dan preferensi Anda sebagai calon jemaah?

B. Faktor Penghambat

14. Apakah Anda pernah mengalami kendala dalam memahami informasi promosi yang disampaikan oleh PT. Al-Taif Saudi Wisata? Jika ya, apa yang menjadi kendalanya?

15. Apakah Anda merasa ada hal yang kurang dari strategi promosi mereka, misalnya media yang kurang menjangkau atau pesan yang kurang jelas?

C. Evaluasi dan Perbaikan

16. Apa saran Anda untuk meningkatkan promosi yang dilakukan oleh PT. Al-Taif Saudi Wisata agar lebih menarik dan efektif?

17. Apakah Anda merasa promosi yang ada saat ini sudah cukup untuk membantu perusahaan bersaing dengan travel lain?

WAWANCARA DENGAN PERWAKILAN PT. AL-TAIF SAUDI WISATA:

1. Bagaimana strategi bauran promosi paket umrah PT. Al Taif Saudi Wisata dalam meningkatkan daya saingnya?

Strategi Bauran Promosi

1. Apa saja cara promosi yang Anda gunakan untuk memasarkan paket umrah PT. Al-Taif Saudi Wisata di wilayah Anda?

2. Media apa yang paling efektif di wilayah Anda (misalnya, media sosial, acara lokal, jaringan komunitas)?

3. Apakah ada penyesuaian strategi promosi untuk menarik minat masyarakat di wilayah Anda?

4. Bagaimana Anda menjangkau calon pelanggan? Apakah lebih banyak melalui personal selling, pemasaran langsung, atau iklan?

5. Apakah Anda pernah mengadakan atau terlibat dalam acara lokal untuk mempromosikan PT. Al-Taif Saudi Wisata? Bagaimana hasilnya?

6. Apakah ada promosi khusus seperti diskon atau hadiah yang Anda gunakan untuk menarik pelanggan?

WAWANCARA DENGAN PERWAKILAN PERWAKILAN PT. AL-TAIF SAUDI WISATA:

2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi bauran promosi paket umrah PT. Al Taif Saudi Wisata dalam meningkatkan daya saingnya?

Faktor Pendukung dan Penghambat

A. Faktor Pendukung

7. Menurut Anda, apa yang menjadi keunggulan utama PT. Al-Taif Saudi Wisata dibandingkan travel lain di wilayah ini?

8. Apakah masyarakat di wilayah Anda cenderung antusias dengan promosi yang Anda lakukan? Jika ya, promosi apa yang paling mereka sukai?

B. Faktor Penghambat

9. Apa saja tantangan yang Anda hadapi dalam mempromosikan PT. Al-Taif Saudi Wisata di wilayah Anda?

10. Apakah ada kendala tertentu, seperti persaingan harga dengan travel lokal, kurangnya kesadaran masyarakat, atau hambatan lain?

11. Apakah ada dukungan yang Anda butuhkan dari kantor pusat untuk meningkatkan promosi di wilayah ini?

C. Evaluasi dan Saran

12. Menurut Anda, bagaimana efektivitas strategi promosi yang telah dijalankan di wilayah Anda?

13. Apakah Anda memiliki saran untuk meningkatkan promosi PT. Al-Taif Saudi Wisata di wilayah kabupaten ini?

Lampiran 2 Data Informan

No.	NAMA	JABATAN
1.	Bapak Ahmad Nazmi	Staf Marketing PT. Al-Taif Saudi Wisata
2.	Bapak Muhammad Faisal, SE.	Staf Operasional PT. Al-Taif Saudi Wisata
3.	Bapak Supriyadi, SE	Staf Administrasi PT. Al-Taif Saudi Wisata
4.	Bapak Ahmad Nadim, SM.	Staf Handling PT. Al-Taif Saudi Wisata
5.	Ibu Ermylawati	Perwakilan Daerah PT. Al-Taif Saudi Wisata
6.	Ibu Hj. Saniah	Jemaah PT. Al-Taif Saudi Wisata
7.	Ibu Sahriah	Jemaah PT. Al-Taif Saudi Wisata
8.	Ibu Noor Syifa	Jemaah PT. Al-Taif Saudi Wisata
9.	Ibu Zainab	Jemaah PT. Al-Taif Saudi Wisata
10	Ibu Erme	Jemaah PT. Al-Taif Saudi Wisata
11.	Anonim	Jemaah PT. Al-Taif Saudi Wisata

Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara Peneliti

Wawancara dengan Staf Administrasi PT. Al-Taif Saudi Wisata

Bapak Supriyadi, SE



Wawancara dengan Staf Handling PT. Al-Taif Saudi Wisata

Bapak Ahmad Nadim, SM.



Foto Bersama dengan Staf-Staf PT. Al-Taif Saudi Wisata
Bapak Ahmad Nadim, SM., Bapak Muhammad Faisal, SE.
dan Bapak Supriyadi, SE.



Wawancara dengan Perwakilan Daerah PT. Al-Taif Saudi Wisata
Ibu Ermylawati



Foto Bersama dengan Responden Jemaah PT. Al-Taif Saudi Wisata

Ibu Hj. Saniah, Ibu Sahriah, Ibu Noor Syifa, Ibu Zainab



Lampiran 4 Dokumentasi PT. Al Taif Saudi Wisata

Kantor PT. Al-Taif Saudi Wisata di Martapura



Kegiatan Manasik Umrah PT. Al-Taif Saudi Wisata di Fave Hotel



Lampiran 5 SK Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
 Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 3250771
 Website [http : //fdk.uin-antasari.ac.id](http://fdk.uin-antasari.ac.id) email : fdk@uin-antasari.ac.id

Nomor : 642/Un.14/III.4/PP.00.9/07/2024

30 Juli 2024

Lampiran : 1 Lembar

Hal : **Persetujuan Desain Proposal Skripsi**

Yth. Saudara (i)

Muhammad Vikiy Ariandi
 Putri Dwiyanti Syamsuddin
 Rahma Mustika
 Kholifatur Rohmaniyah
 Fitri Annisa
 Anita Aulia
 Alfianor Gilang Saputra
 St. Aisyah
 Siti Mas'adah
 Saipul Huda
 Gina Alvina

Mahasiswa (i) Prodi Manajemen Dakwah
 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
 UIN Antasari Banjarmasin

Assalamu'alaikum Wr. Wrb.

Berdasarkan hasil rapat Tim Biro Skripsi Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin tanggal 30 Juli 2024 tentang desain proposal skripsi Saudara(i). Kami dapat menyetujuinya dan menetapkan pembimbing sebagaimana terlampir. Selanjutnya Saudara diminta sesegeranya berkonsultasi dengan Pembimbing, guna pelaksanaan Seminar Proposal dan penyelesaian skripsi.

Demikian hal ini disampaikan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.wb.



Dekan,

M. ABDUH

Tembusan :

1. Dosen Pembimbing
2. Ketua Jurusan MD Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari

LAMPIRAN
HASIL RAPAT TIM BIRO SKRIPSI
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UIN ANTASARI BANJARMASIN
DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
TANGGAL 30 JULI 2024

No	Nama/NIM	Judul Skripsi	Keterangan	Dosen Pembimbing
1.	Muhammad Vikiy Ariandi 200104030187	Strategi Manajemen Gerakan Infaq Pelajar (GIP) Pada Lazismu Al Jihad Banjarmasin	Diterima	1. Dr. H. Muhammad Abduh, MA 2. Hj. Jumi Herlita, M.Sc
2.	Putri Dwiyantri Syamsuddin 210104030108	Strategi Bauran Promosi Paket Umrah PT. Al Taif Saudi Wisata Dalam Meningkatkan Daya Saing	Diterima	1. Drs. H. Ahmad Rijali, M.Pd 2. Devi Noviyanti, SE., MM
3.	Rahma Mustika 210104030106	Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelayan Ibadah Umrah Pada PT. Al Taif Saudi Wisata	Diterima	1. Drs. H. Ahmad Rijali, M.Pd 2. Rahmi Yuningsih Puteri, SE., MM
4.	Kholifatul Rohmaniyah 180104030020	Manajemen Pemasaran Biro Jasa Haji dan Umroh (Studi Pada PT. Cahaya Madinah Mandiri Cabang Banjarmasin)	Diterima	1. Syaipul Hadi, S.IP., MA 2. Devi Noviyanti, SE., MM
5.	Fitri Annisa 210104030141	Manajemen Penggunaan Aplikasi Jibschool Di Pondok Pesantren Darul Hijrah Puteri Cindai Alus Martapura	Diterima	1. Dr. H. Muhammad Abduh, MA 2. Sri Anafarhanah, SEI., MSI
6.	Anita Aulia 210104030137	Manajemen Program Tahfidz Al-Qur'an, Senin Budaya Islam dan Bahasa Asing Di Pondok Pesantren Manba'ul Ulum Putri Kec. Kertak Hanyar Kab. Banjar	Diterima	1. Dr. H. Muhammad Abduh, MA 2. Nur Falikhah, S.Ant., M.Sc
7.	Alfianor Gilang Saputra 190104030313	Gaya Kepemimpinan Pondok Pesantren Darul Hijrah 3 Tahfidzul Qur'an Cindai Alus Martapura Dalam Mengembangkan Pondok Pesantren	Diterima	1. Zainal Pikri, S.Ag., MA., Ph.D 2. Sri Anafarhanah, SEI., MSI
8.	St. Aisyah 200104030140	Analisis SWOT Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Keunggulan Daya Saing Di PT. Margi Suci Minarfa Banjarbaru	Diterima	1. Hj. Raden Yani Gusriani, SE., MM 2. Rahmi Yuningsih Puteri, SE., MM
9.	Siti Mas'adah 210104030138	Strategi Tour dan Travel Pada PT. Alhafiz Jaya Borneo Dalam Merekrut Jamaah Haji dan Umrah	Diterima	1. Dr. H. Muhammad Abduh, MA 2. Sri Anafarhanah, SEI., MSI
10.	Saipul Huda 200104030256	Strategi Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Dalam meningkatkan Muzakki Di Kabupaten Tabalong	Diterima	1. Hj. Jumi Herlita, M.Sc 2. Devi Noviyanti, SE., MM
11.	Gina Alvina 210104030124	Strategi Promosi Menggunakan Peran Ulama Di PT. Kamilah Berkat Guru Di Kabupaten Hulu Sungai Utara	Diterima	1. H. Muhammad Mabur, Lc., M.Ag 2. Rahmi Yuningsih Puteri, SE., MM



Banjarmasin, 30 Juli 2024

Dekan,

M. ABDUH

Lampiran 6 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
 Alamat : Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 3250771
 Website [http : //fdk.uin-antasari.ac.id](http://fdk.uin-antasari.ac.id) email : fdk@uin-antasari.ac.id

SURAT KETERANGAN SEMINAR

Nomor: B-164/Un.14/III.4/3/PP.00.9/06/2025

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah (MD) pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin, menyatakan bahwa Saudara (i)

Nama : Putri Dwiyantri Syamsuddin
 NIM : 210104030107
 Jurusan : Manajemen Dakwah (MD)

Telah melaksanakan SEMINAR pada :

Hari : Selasa
 Tanggal : 13 Agustus 2024
 Judul Skripsi Lama : **Strategi Bauran Promosi Paket Umrah PT. Al-Taif Saudi Wisata Dalam Meningkatkan Daya Saing**
 Judul Skripsi Baru : **Strategi Bauran Promosi Paket Umrah PT. Al-Taif Saudi Wisata Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Kalimantan Selatan**

Ditunjuk sebagai :

Pembimbing I : Drs. H. Ahmad Rijali, M.Pd
 Pembimbing II : Devi Noviyanti, SE., MM
 Moderator/Notulen : Muhammad Humaini, SHI

Demikian surat keterangan ini diberikan, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Banjarmasin, 23 Agustus 2024
 Ketua Jurusan MD

Sri Anafarhanah

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin
2. Yang bersangkutan

Lampiran7 Berita Acara Seminar


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
 Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 3250771
 Website: fdk.uin-antasari.ac.id e-mail: fdik@uin-antasari.ac.id instagram: fdkuinantasari

BERITA ACARA

Pada hari ini Selasa, bertepatan tanggal 13 Agustus 2024, bertempat di Ruang VIP Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin, telah dilaksanakan Seminar Desain Operasional Skripsi mahasiswa(i) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

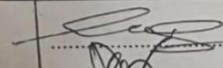
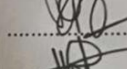
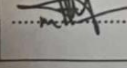
Dimulai dari pukul : 10.30 (Wita)
 Berakhir pada pukul : (Wita)
 Identitas yang maju SEMINAR pada hari ini Saudara(i):

Nama : Putri Dwiyantri Syamsuddin
 NIM/Jurusan : 210104030108 / MD
 Judul : **Strategi Bauran Promosi Paket Umrah PT. Al-Taif Saudi Wisata Dalam Meningkatkan Daya Saing**

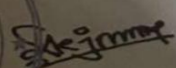
Berdasarkan hasil tanggapan dan jawaban oleh yang maju seminar, diberikan catatan sebagai berikut:

1. Latar belakang bisa langsung menjelaskan tentang fenomena masa tunggu dan dilanjutkan tentang umrah sebagai pilihan jemaah.
2. Penggunaan kalimat pembuka yang ilmiah pada setiap awal paragrafnya.
3. Syarat paragraf minimal 3 kalimat, maksimal 5 kalimat.
4. Hal 4 cukup sampaikan jumlah travelnya saja.
5. Pada bagian DO, no 1 nya langsung strategi bauran promosi?
6. Teori bauran promosi setiap elemennya tulis secara lengkap/detail.
7. Stakeholder yang dimaksud sebagai subjek dan informan siapa saja perlu diuraikan.

Diseminarkan di Banjarmasin
pada tanggal 13 Agustus 2024

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Drs. H. Ahmad Rijali, M.Pd	Pembimbing I	
2.	Devi Noviyanti, SE., MM	Pembimbing II	
3.	Muhammad Humaini, SHI	Moderator	



Diketahui Oleh
 Ketua Jurusan MD

 Sri Anafarhanah, SFI, M SI

Lampiran 8 Surat Izin Riset



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
 Jalan Jenderal Ahmad Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
 Telepon (0511) 3257627; Faksimili (0511) 3254344;
 Website: www.fdk.uin-antasari.ac.id; E-mail: fdik@uin-antasari.ac.id lg: fdkuinantasari

Nomor : 1388/Un.14/III.4/TL.01/12/2024
 Lamp. : -
 Perihal : Mohon Izin Riset

Kepada Yth.

PT. Al Taif Saudi Wisata

di - Tempat

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama	: Putri Dwiyantri Syamsuddin
NIM	: 210104030108
Program Studi	: S1 Manajemen Dakwah
Semester	: VII (tujuh)
Alamat	: Jl. Bumi Mas Raya No. 18 Komp. Bumi Indah III Kel. Pemurus Baru Kec Banjarmasin Selatan

Akan melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul :

Strategi Bauran Promosi Paket Umrah PT. Al Taif Saudi Wisata
Dalam Meningkatkan Daya Saing

dengan ketentuan :

Lokasi Penelitian : Jl. A Yani No. 21 km. 39,5 Kelurahan Jawa, Kec. Martapura, Kab.
Banjar, Prov. Kalimantan Selatan
 Lama Penelitian : 2 bulan
 Mulai Tanggal : 9 Desember 2024 s.d 9 Februari 2025

untuk kelancaran pelaksanaannya, kami memohon bantuan Bapak/Ibu/Sdr kiranya dapat memberikan izin terhadap riset tersebut.

Demikian surat ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Banjarmasin, 06 Desember 2024

Dekan,



Lampiran 9 Surat Keterangan Telah Lulus Ujian Kompre



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
 Alamat : Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 3250771
 Website <http://fdk.uin-antasari.ac.id> email : fdk@uin-antasari.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 1344/Un.14/III.4/PP.00.9/12/2024

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

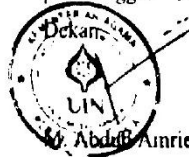
Nama : Putri Dwiyanti Syamsuddin
 N I M : 210104030108
 Tempat / Tanggal Lahir : Kolonodale, 10 September 2003
 Jurusan : Manajemen Dakwah
 Alamat : Komplek Bumi Indah 3 , Jalan Bumi Mas Raya, No 18 RT.
 8 RW. I, Pemurus Baru, Banjarmasin Selatan, Kota
 Banjarmasin, Kalimantan Selatan

Telah lulus Ujian Komprehensif yang dilaksanakan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 16 Desember 2024
 Tempat : Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
 Tim Penguji : 1. H. Muhammad Mabruur, Lc, M.Ag
 2. Hj. Nahed Nuwairah, MHI
 3. Hj. Jumi Herlita, M.Sc

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diberikan di Banjarmasin
 pada tanggal 19 Desember 2024



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Putri Dwiyantri Syamsuddin
2. Tempat dan Tanggal Lahir : Kolonodale, 10 September 2003
3. Agama : Islam
4. Kebangasaan : Indonesia
5. Status : Belum Menikah
6. Alamat : Jalan Muchran Ali Gang Suka Bumi No. 80,
Baamang Hulu, Kec. Baamang, Kab. Kota
Waringin Timur, Kalimantan Tengah

7. Kontak Hubung : No. HP : 089616648428
E-mail : dwiyantiputri49@gmail.com
8. Pendidikan : TK Al-Khairat (2007-2009)

SDN 2 Kolonodale (2009-2015)

SMP Darul Hijrah Puteri (2015-2018)
Martapura

SMA Darul Hijrah Puteri (2018-2021)
Martapura

UIN Antasari Banjarmasin (2021-Sekarang)

9. Orang Tua : Nama Ayah : Syamsuddin
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Ita Lestari
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
10. Saudara : Anak ke-2 dari 2 (dua) bersaudara