

**PROGRAM UMRAH GRATIS DI TINJAU
MENURUT HUKUM ISLAM
(Studi kasus di PT. FIF Pos Idi)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

KHAIRUNNISAK

**Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Zawiayah Cot Kala Langsa
Program Strata Satu (S-1)
Fakultas /Jurusan : Syari'ah /MU
Nim : 510900689**



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
ZAWIYAH COT KALA LANGSA
1436 H / 2015 M**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah swt, yang telah memberikan rahmat, karunia, taufiq serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, serta shalawat dan salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad saw yang telah menjadi tauladan kepada umat manusia menuju jalan yang benar.

Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir bagi para mahasiswa/i untuk melengkapi syarat- syarat dalam mencapai gelar sarjana (S-1) pada Jurusan Syari'ah Prodi Muamalah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak menemui kesulitan, namun berkat auiq dan inayah dari Allah serta bantuan dan partisipasi berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikannya meskipun di sana sini masih banyak kekurangan baik dari segi isi maupun bahasa.

Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ucapan terima kasih kepada ayahanda tercinta dan ibunda tercinta yang telah bersusah payah menyekolahkan dan membiayai sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah di (IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa. Hanya do'a yang dapat penulis berikan kepada mereka berdua, semoga Allah membalas amal baik mereka dan termasuk menjadi orang-orang yang beruntung. Juga kepada abang, kakak dan adik penulis yang senantiasa

memberikan dukungan moril sehingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, semoga Allah swt dapat menjadikan mereka menjadi orang yang berguna di kemudian.

2. Bapak Ketua (IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa, Bapak Ketua Jurusan Syariah (IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa, serta semua stafnya, para bapak dan ibu dosen serta kepada pimpinan pengurus perpustakaan yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Abdul Hamid, MA sebagai pembimbing I, Ainul Mardhiah, M.S.I sebagai pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya memberikan bimbingan dan pengarahan untuk kesempurnaan skripsi ini.

Demikian karya tulis ini penulis persembahkan semoga bermanfaat dan menambah Khazanah keilmuan kita sesuai Amin.

Langsa, 12 Desember 2015

Irnowati

DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	i
PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
ABSTRAK	vii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Penjelasan Istilah.....	6
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Kajian Terdahulu	9
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II : TEORI BISNIS DALAM ISLAM	11
A. Pengertian Bisnis	11
B. Tujuan Bisnis.....	14
B. Dasar Hukum Bisnis	16
C. Rukun dan Syarat Bisnis	17
E. Marketing Dalam Bisnis Islam	19
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
B. Lokasi Penelitian.....	40
C. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	41
D. Teknik Analisis Data	44
E. Keabsahan Data	44
BAB IV : ANALISIS HASIL PENELITIAN	47
A. Gambaran Umum PT. FIF Pos Idi	47
B. Mekanisme Pelaksanaan Program Umrah Gratis PT. FIF Pos Idi	51
C Analisis Hukum Islam Terhadap Umrah Gratis	58
D. Analisis Penelitian	68
BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran	73
DAFTAR KEPUSTAKAAN	74
LAMPIRAN	76
RIWAYAT HIDUP PENULIS	77

ABSTRAK

Nama : Khairunnisak, tempat tanggal lahir: Bukit Tekuh 09 Juni 1990, Nimko: 510900689, judul skripsi : Program Umrah gratis menurut Hukum Islam (Studi Kasus PT. FIF Pos Idi).

Pergi ketanah suci (Baitullah) merupakan setiap muslim sehingga wajar di Indonesia tiap tahun siklusnya selalu mengalami peningkatan. Adapun haji serta umrah merupakan salah satu ibadah yang membutuhkan banyak persiapan bersifat jasmani –rohani sehingga membutuhkan persiapan dan batuan terutama mengenai perjalanan menuju baitullah. Maka peluang inilah yang dilirik bukan saja oleh pemerintah namun juga oleh perusahaan dan biro-biro penyelenggara berkompetisi untuk menarik simpati jamaah, salah satu perusahaan yang menjadikan peluang jamaah Haji dan umrah sebagai bisnis adalah PT. FIF Astra dengan membuat program umrah gratis.

Agar penulisan ini terarah dan sistematis, maka dibatasi beberapa pokok permasalahan yang akan dijadikan acuan dalam pembahasan selanjutnya, sekaligus sebagai pokok permasalahannya yaitu: 1) Bagaimanapelaksanaan Umrah Gratis di PT. FIF Pos Idi?, 2) Bagaimana tinjauan Hukum Islam terhadap umrah gratis yang di fasilitasi oleh PT. FI?

Jenis penelitian yang digunakan yang digunakan adalah penelitian (*field reaserch*) penelitian lapangan adalah penelitian yang didasarkan pada obyek atau lokasi untuk mendapatkan data-data yang nyata dan benar secara langsung terjun kelapangan. Untuk pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan adalah kualitatif, sedangkan didalam pengumpulan data di lapangan yaitu dengan menggunakan teknik observasi langsung kelapangan yakni ke PT. FIF Pos Idi.

Dari hasil penelitian yang penulis temukan, di ketahui bahwa program umrah gratis merupakan salah satu langkah untuk meningkatkan produk dari PT. FIF Pos Idi, program umrah gratis untuk meningkatkan minat konsumen. Serta dengan adanya program tersebut diharapkan konsumen tertarik untuk melakukan registrasi pembayaran tepat pada waktu yang ditentukan, namun sayangnya program umrah ini hanya berlaku untuk setiap konsumen yang membayar registrasi tepat waktu, setiap melakukan pembayaran tepat waktu akan diberikan 1 buah kupon yang nantinya akan diundi. Menurut hukum Islam program gratis seperti ini tidak

dibenarkan karena program umrah tersebut merupakan hasil dari biaya keterlambatan pembayaran konsumen.

Langsa, 23 Februari 2016

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. Junaidi, M.Ed MA

Muhammad Dayyan, M.Ec

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Junaidi, M.Ed MAMuhammad Dayyan, M.Ec

Anggota

Anggota

Zainal Abidin, Spd.I MA

Saifuddin, MA

**Mengetahui :
Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri
Zawiyah Cotkala Langsa**

DR. ZULKARNAINI, MA
Nip. 19670511 199002 1 001

**Telah Dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Zawiyah
Cot Kala Langsa, Dinyatakan Lulus dan Diterima
Sebagai Tugas Akhir Penyelesaian
Program Sarjana (S-1)
Dalam Ilmu Syariah**

Pada Hari/ Tanggal :

Sabtu, tanggal 19-11-2015

PANITIA SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Junaidi, M.Ed MA

Muhammad Dayyan, M.Ec

Anggota

Anggota

Zainal Abidin, Spd.I MA

Saifuddin, MA

Mengetahui :

**Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri
Zawiyah Cotkala Langsa**

**DR. ZULKARNAINI, MA
Nip. 19670511 199002 1 001**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha dalam era globalisasi ekonomi sekarang ini, telah memicu suatu persaingan bisnis yang ketat dan sengit diantara perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa, perdagangan maupun industri. Perusahaan bersama dengan perusahaan lainnya tahu bahwa bila mereka memperhatikan konsumennya – pangsa pasar dan laba akan menyusul. Pemasaran yang masuk akan menjadi penentu keberhasilan setiap organisasi – besar atau kecil, berorientasi laba atau nirlaba, domestik atau pun global.

Pemasaran merupakan kegiatan yang paling utama dalam sebuah perusahaan, oleh karena itu setiap perusahaan dituntut untuk membuat strategi untuk merebut peluang pasar yang ada dengan melakukan yang dikenal dalam istilah ekonomi *bauran pemasaran* yaitu interaksi empat variabel utama dalam sistem pemasaran seperti produk/jasa, penentuan harga, distribusi, dan promosi. Dengan demikian, *bauran* pemasaran sebagai alat pemasar dalam melakukan aktivitas pemasaran, dapat digunakan untuk membantu perusahaan dalam mengenalkan produknya kepada masyarakat, sehingga mereka mengenal dan mau mencobanya.

Keberhasilan di bidang pemasaran secara otomatis berarti berhasilnya perusahaan dalam menjual dan memasarkan produknya pada konsumen. Konsep-konsep utama yang digunakan dalam pemasaran adalah segmentasi, *targeting*, *positioning*, kebutuhan, keinginan, permintaan, penawaran, *brand*, nilai dan keputusan, pertukaran, transaksi, hubungan dan jejaring, jalur

pemasaran, rantai distribusi (*supply chain*), lingkungan pemasaran, serta program pemasaran. Dalam kondisi persaingan yang semakin kompetitif seperti sekarang ini, perusahaan semakin menyadari betapa sentralnya peranan pelanggan dalam bisnis mereka. Perusahaan semakin menyadari pelanggan ikut menentukan keberadaan perusahaan tersebut. Dari kesadaran tersebut perusahaan akan menjadikan pelanggan sebagai fokus dari usaha-usaha mereka dan berusaha agar produk itu mempunyai keunggulan bersaing sehingga menjadikan konsumen loyal terhadap produk.¹

Tantangan utama yang dihadapi perusahaan saat ini adalah bagaimana membangun dan mempertahankan usaha yang sehat dalam pasar dan lingkungan usaha yang cepat berubah. Saat ini banyak perusahaan yang memutuskan untuk berorientasi kepada pelanggan dalam semua kegiatan. Berhasilnya perusahaan tergantung pada pandangan yang berdasarkan pada pasar dan pelanggan.

Di sisi lain tingkat persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk meningkatkan fungsi dan sumber daya internal yang ada, khususnya pada kegiatan pemasaran sebagai ujung tombak perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Pemasaran yang baik akan memberi manfaat bagi kinerja perusahaan, oleh karena itu manajer perusahaan harus cakap dalam menyusun rencana, sehingga pengelolaan perusahaan akan optimal dalam fungsi produksi maupun pemasarannya.

Keputusan pemasaran seringkali berkaitan erat dengan empat masalah pokok, yakni produk, harga, distribusi dan promosi yang merupakan variabel variabel dalam *marketing*. Dengan memperhatikan hal tersebut, perusahaan

¹ Philip Kotler, *Marketing*, (Alih Bahasa: Herujati Purwoko), (Bandung : Sinar Surya, 2009), h. 2

akan mampu meningkatkan volume penjualan, sehingga dapat mengoptimalkan keuntungan dan meningkatkan modal kerja.²

Salah satu langkah yang sering digunakan untuk meningkatkan volume penjualan yaitu dengan mengadakan undian berhadiah, misalnya umrah gratis atau pergi ke tanah suci yang diadakan oleh PT. FIF Group Finance, meskipun penyelenggaraan ibadah haji merupakan peristiwa keagamaan, namun aspek ekonominya sangat luar biasa dan terdapat peluang bisnis yang sangat menggiurkan. Setiap tahun, triliunan rupiah uang yang berputar dalam penyelenggaraan ibadah haji. Inilah yang membuat banyak kalangan usaha, mulai dari pengusaha pedagang kaki lima sampai pengusaha besar berebut rezeki disini. Panggilan melaksanakan ibadah haji, memiliki daya tarik yang luar biasa. Jumlah jamaah haji yang bertamu ke Rumah Allah tersebut selalu meningkat dari tahun ke tahun dan Jamaah haji Indonesia merupakan yang terbanyak berangkat menunaikan ibadah haji, hal ini menjadikan peluang bisnis.

Karena pergi ke tanah suci (*baitullah*) merupakan impian setiap muslim sehingga wajar di Indonesia tiap tahun siklusnya selalu mengalami peningkatan. Adapun haji serta umrah merupakan salah satu ibadah yang membutuhkan banyak persiapan bersifat jasmani-rohani sehingga membutuhkan persiapan dan bantuan terutama mengenai perjalanan menuju *baitullah*. Sesuai dengan UU penyelenggaraan ibadah haji (UUNo.13 tahun 2008) bahwa perjalanan ibadah haji dan umrah dapat dilakukan secara perseorangan atau rombongan melalui

² *Ibid.*,

penyelenggara perjalanan ibadah umrah yang dilakukan oleh pemerintah atau biro perjalanan wisata yang ditetapkan Menteri.³

Maka peluang inilah yang dilirik bukan saja oleh pemerintah namun juga oleh perusahaan dan biro-biro penyelenggara berkompetisi untuk menarik simpati jamaah. Kesemuanya itu berlomba-lomba menawarkan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan dengan kelebihan fasilitas yang berbeda untuk sebuah popularitas. Disinilah kemudian lembaga-lembaga itu mengambil peran, dimana ada di antara mereka yang menangani ini semata-mata karena bisnis, namun diantara mereka ada karena memang panggilan Agama.

Salah satu perusahaan yang menjadikan peluang jamaah Haji dan Umrah sebagai bisnis adalah PT. FIFASTRA dengan membuat sebuah program umrah gratis dengan jumlah paket 150 paket pada periode 15 Mei-15 November 2014. Paket umrah gratis ini ditujukan kepada nasabah yang mengambil sepeda motor baru dan bekas secara kredit di PT. FIF di seluruh kantor cabang di Indonesia. Program ini sebagai daya pikat untuk meningkatkan jumlah nasabah kredit dengan menawarkan umrah gratis. Nasabah yang berhak mendapatkan umrah gratis ini akan disaring melalui undian jumlah poin yang berhasil dikumpulkan oleh nasabah. Semakin banyak jumlah poin maka semakin besar peluang nasabah untuk mendapatkan umrah gratis ini.⁴

Paket umrah yang ditawarkan kepada nasabah kredit di PT. FIF ini menjadi kajian menarik bagi penulis. Karena segala biaya yang difasilitasi oleh

³ Redaksi Sinar Grafika, *UU Penyelenggaraan Ibadah Haji*, Cet.I (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 19.

⁴Brosur Umrah Gratis Periode 15 mei-15 November 2014 PT. FIF ASTRA

PT. FIF berasal dari keuntungan perusahaan tersebut. Sebagaimana yang penulis ketahui bahwa keuntungan perusahaan PT. FIF diperoleh dari bunga penjualan secara kredit dan denda keterlambatan nasabah. Denda yang dibebankan kepada nasabah yang menunggak pembayaran merupakan jenis riba *fadhal* yaitu riba yang terjadi karena adanya tambahan harta akibat keterlambatan membayar kredit.

Menurut Abdurrahmân al-Juzairi, riba adalah nilai tambahan pada salah satu dari dua barang yang sejenis yang ditukar tanpa ada imbalan (imbangan) terhadap tambahan tersebut.⁵ Riba hukumnya adalah haram sebagaimana Firman Allah dalam Al-Quran Surah Albaqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلَ الرِّبَا وَأَحَلَّ
اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya :

*(Orang-orang yang memakan (memungut) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kerasukan syaitan lantaran gangguan penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu disebabkan mereka berkata: sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba...).*⁶

⁵Abdurrahmân al-Juzairi, *Kitab al-Fiqh 'alâ al-Mazâhib al-Arba'ah*, Juz II, Beirut: Dâr al-Fikr, 1972, h. 196.

⁶Yayasan Penterjemah/Pentafsir al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Surabaya: DEPAG RI, 1978, h. 69

Adanya larangan tentang riba yang merupakan keuntungan perusahaan PT. FIF yang digunakan untuk memfasilitasi Umrah Gratis bagi nasabah menjadi daya tarik tersendiri bagi penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai keabsahan umrah itu sendiri. Untuk menjawab persoalan di atas, maka penulis mencoba menelitinya melalui karya ilmiah yang berjudul **“Program Umrah Gratis Di Tinjau Menurut Hukum Islam (Studi kasus di PT. FIF Pos Idi)**

B. Rumusan Masalah

Agar penulisan ini terarah dan sistematis, maka dibatasi beberapa pokok permasalahan yang akan dijadikan acuan dalam pembahasan selanjutnya, sekaligus sebagai pokok permasalahannya yaitu:

1. Bagaimana pelaksanaan Umrah Gratis di PT. FIF Pos Idi?
2. Bagaimana tinjauan Hukum Islam terhadap umrah gratis yang di fasilitasi oleh PT. FIF Idi?

C. Penjelasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap istilah-istilah yang terdapat pada judul skripsi ini, kiranya perlu dijelaskan terlebih dahulu beberapa pengertian istilah tersebut.

1. Program

Program adalah rancangan mengenai asas serta usaha (dalam ketatanegaraan, perekonomian) yang akan dijalankan.⁷ Program Yang penulis maksud disini adalah suatu rancangan yang disusun untuk menarik minat konsumen salah satunya yaitu dengan mengadakan umrah gratis.

2. Umrah

Umrah disebut juga *al-hajju l-ashghar* (haji kecil), menurut bahasa berarti “berkunjung”, dan menurut istilah *syar’i* ialah “berkunjung ke Baitullah, untuk melakukan thawaf, sa’i dan bercukur demi mengharap ridha Allah”.⁸

3. Gratis

Gratis adalah cuma-cuma atau tidak dipungut biaya.⁹

4. Hukum Islam

Hukum Islam adalah syariat yang berarti hukum-hukum yang diadakan oleh Allah untuk umat-Nya yang dibawa oleh seorang Nabi, baik hukum yang berhubungan dengan kepercayaan (aqidah) maupun hukum-hukum yang berhubungan dengan amaliyah (perbuatan).¹⁰

5. PT. FIF ASTRA

PT Federal International Finance (FIF) adalah perusahaan pembiayaan yang dimiliki sepenuhnya oleh Astra. Bisnis FIF awalnya

⁷Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1988),h. 300.

⁸Muhammad Baqir Al-Habsi, *Fikih Praktis*, (Bandung: Mizan, 1999), h. 377

⁹Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1988),h. 235

¹⁰MukhtarYahya, *Dasar-dasar PembinaanFiqih Islam*, (Bandung: PT. Alma’arif, 1986), hal. 121.

difokuskan pada pembiayaan konvensional dan syariah untuk mendukung penjualan ritel sepeda motor merek Honda. Selanjutnya telah dikembangkan produk pembiayaan sepeda motor bekas dan SPEKTRA sebagai kredit barang konsumsi umum, termasuk elektronik dan peralatan rumah tangga.¹¹

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui Pelaksanaan umrah Gratis di PT. FIF Pos Idi.
2. Mengetahui Tinjauan hukum Islam terhadap umrah gratis yang di fasilitasi oleh PT. FIF Idi.
3. Untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar sarjana S1 Hukum Islam dalam Bidang Muamalah pada Fakultas Syariah IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang penulis lakukan adalah :

1. Sebagai sumbangan bagi dunia kepustakaan khususnya Fakultas Syariah Prodi Muamalah IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa.
2. Memberi informasi kepada penulis serta pembaca mengenai sistem pelaksanaan Umrah gratis di PT. FIF Pos Idi.

¹¹<http://www.astra.co.id/index.php/business/details/63> diakses pada tanggal 2 Desember 2014

3. Serta memberikan pengetahuan mengenai pandangan hukum Islam terhadap umrah gratis yang di fasilitasi oleh PT. FIF

F. Kajian Terdahulu

Dalam penyusunan skripsi ini sebelum penulis mengadakan penelitian lebih lanjut kemudian menyusun menjadi karya ilmiah maka langkah awal yang penulis lakukan adalah mengkaji terlebih dahulu dan melihat buku-buku yang akan dijadikan referensi oleh penulis. setelah penulis melakukan kajian kepustakaan penulis akhirnya menemukan beberapa skripsi yang membahas tentang umrah dan haji.

1. Skripsi yang berjudul “Operasionalisasi Manajemen penyelenggaraan haji dan umrah pada PT. Perbankan Muamalat Syariah Langsa”. karya Ida Farida tahun 2012. Pada skripsi ini membahas tentang manajemen penyelenggaraan haji dan umrah pada PT. Perbankan Muamalat Syariah Langsa.
2. Skripsi yang berjudul “pelayanan haji dan umrah PT. Mandiri Syariah terhadap jamaah” karya Mariani Jurusan Muamalah tahun 2011 pada skripsi ini hanya menjelaskan tentang pelayanan haji dan umrah PT. Mandiri Syariah terhadap jamaah di Kota Langsa”.
3. Dan beberapa buku: Departemen Agama RI, Bimbingan Ibadah Haji, Umrah dan Zakat,(Jakarta :2000)dan Hanan Alatief , Nidjam Akhmad Manajemen Haji (Jakarta: Zikrul Hakim,2001).

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman pembaca mengenai setiap ulasan didalam skripsi ini, penulis membagi setiap bagian skripsi ini kedalam lima Bab yang masing-masing bab memiliki hubungan yang erat satu sama lain.

Bab I : Merupakan bab pendahuluan, memuat pembahasan keseluruhan isi skripsi ini, yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, penjelasan istilah, tujuan penelitian, kerangka teori dan sistematika pembahasan.

Bab II : Teori bisnis dalam Islam yaitu membahas mengenai pengertian dan tujuan bisnis, dasar hukum bisnis, rukun dan syarat bisnis, serta bisnis jasa spritual/ umrah.

Bab III : Metodologi penelitian yaitu membahas, jenis dan data yang diperlukan, lokasi dan waktu penelitian, analisis dokumentasi, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan tahap-tahap penelitian lapangan.

Bab IV : Berisikan tentang analisis hasil penelitian tentang profil PT. FIF Pos Idi, program umrah gratis PT. FIF Pos Idi, serta tinjauan hukum Islam terhadap program umrah gratis PT. FIF Pos Idi.

Bab V : Merupakan bab penutup pembahasan dan penelitian dalam penulisan skripsi ini yang berfungsi untuk menyimpulkan hasil penelitian secara keseluruhan dan kemudian dilanjutkan dengan memberi saran-saran sebagai perbaikan dari segala kekurangan dan disertai dengan lampiran-lampiran.

