

**PENGUNAAN DATA ANALISIS UNTUK SEGMENTASI PASAR DAN
PREDIKSI PERMINTAAN PADA JASA LAYANAN UMROH PT CAHAYA
MADINAH MANDIRI DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*



Oleh :

Rizky

NIM. 2116030028

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

IMAM BONJOL PADANG

2025M/1447H

PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQSAH

Skripsi dengan judul: "Penggunaan Data Analisis untuk Segmentasi Pasar dan Prediksi Permintaan pada Jasa Layanan Umroh PT. Cahaya Madinah Mandiri di Kota Padang" yang disusun oleh Rizky, NIM 2116030028, telah diuji dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang, pada Hari Selasa, Tanggal 19 Agustus 2025 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Program Strata (S1) pada Prodi Manajemen Bisnis Syariah.

Padang, 19 Agustus 2025

Tim Penguji

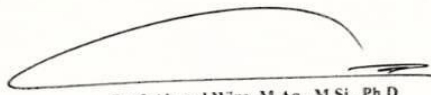

Prof. Ahmad Wira, M.Ag., M.Si., Ph.D
NIP. 197112011996031002

Anggota

Sekretaris

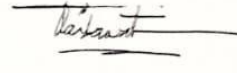

Riandy Mardhika Adif, M.M
NIP. 1993011320191013

Penguji I

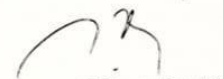

Prof. Ahmad Wira, M.Ag., M.Si., Ph.D
NIP. 197112011996031002

Pembimbing

Penguji II

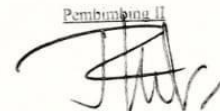

Maidawati, S.E., M.Si
NIP. 196505101994032002

Pembimbing I


Dr. Nora Zuliyanti, SS., MM
NIP. 197803292005012004

Mengesahkan

Pembimbing II


Riandy Mardhika Adif, MM
NIP. 1993011320191013

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Imam Bonjol Padang


Prof. Ahmad Wira, M.Ag., M.Si., Ph.D
NIP. 197112011996031002

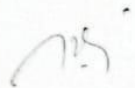

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul "Penggunaan data analytics untuk market segmentation dan demand prediction pada jasa layanan umroh PT Cahaya Madinah Mandiri di Kota Padang", yang disusun oleh Rizky, NIM 2116030028 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui untuk munaqasah.

Demikian persetujuan pembimbing ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 6 Agustus 2025

Dosen Pembimbing I



Dr. Nora Zulvianti, SS., MM
NIP. 197803292005012004

Dosen Pembimbing II



Riandy Mardhika Adif, SE, MM
NIP. 199303132019031013

PERNYATAAN KEORISINILITASAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "Penggunaan data analytics untuk market segmentation dan demand prediction pada jasa layanan umroh PT Cahaya Madinah Mandiri di Kota Padang" adalah benar hasil karya saya, sudah diuji tes plagiasi dan bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi ataupun karya yang sudah diduplikasi dan atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar keserjanaan UIN Imam Bonjol Padang ataupun di perguruan tinggi lainnya. Kecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tidak orisinil, maka saya bersedia untuk dibatalkan keabsahan skripsi ini dan gelar keserjanaan saya.

Padang, Agustus 2025

Menyatakan,



Rizky

NIM. 2116030028

Sep 2025 09.50

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **“Penggunaan Data Analisis Untuk Segmentasi Pasar dan Prediksi Permintaan Pada Jasa Layanan Umroh PT Cahaya Madinah Mandiri di Kota Padang”** di susun oleh Rizky NIM 2116030028 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Adapun yang menjadi latar belakang penelitian ini dilandasi oleh meningkatnya jumlah biro perjalanan umroh di Kota Padang yang memicu persaingan usaha yang semakin ketat. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai segmentasi pasar dan prediksi permintaan menjadi faktor strategis dalam meningkatkan daya saing. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik perusahaan dan dokumentasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai literatur terkait. Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa segmentasi pasar di PT Cahaya Madinah Mandiri mencakup dimensi demografis, psikografis, perilaku, dan geografis. Setiap segmen memiliki kebutuhan dan preferensi layanan yang berbeda, yang kemudian menjadi dasar penyesuaian strategi pemasaran. Prediksi permintaan dilakukan dengan mengidentifikasi tren historis jumlah jamaah, kondisi ekonomi, promosi, serta faktor musiman. Penerapan data analisis dalam segmentasi pasar dan prediksi permintaan terbukti membantu perusahaan dalam merencanakan layanan yang lebih tepat sasaran, meningkatkan loyalitas jamaah, serta merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi biro perjalanan umroh lain dalam mengoptimalkan pengelolaan data untuk mendukung pengambilan keputusan strategis.

Kata Kunci: Jasa Layanan, Prediksi Permintaan, Segmentasi Pasar

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul *“Penggunaan Data Analisis Untuk Segmentasi Pasar dan Prediksi Permintaan pada Jasa Layanan Umroh PT Cahaya Madinah Mandiri di Kota Padang”* ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Shalawat beriringan salam kita ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah mengajarkan kita indahnya nilai-nilai kebaikan dan membawa risalah kebenaran kepada umat manusia.

Penulis menyadari bahwa dalam menjalani studi hingga penyelesaian skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada orang tua, Bapak Alm. Syahril (Ayah Kandung), Bapak Alm. Syafrijon (Ayah Sambung). Terima kasih telah berada di samping penulis walaupun dengan waktu yang singkat, tetapi sangat berharga bagi saya untuk menjadi panutan, meskipun pada akhirnya engkau tak berhasil menemani anakmu hingga menyelesaikan perkuliahan ini. Dan kepada Ibu Desri Ameta yang telah melahirkan dan membesarkan saya sampai saat ini serta memberikan dukungan moral dan materil, hingga pada akhirnya anakmu ini berani mengucapkan, Bu aku bisa!!!!, selanjutnya penulis juga berterimakasih kepada:

1. Rektor UIN Imam Bonjol Padang, Ibu Prof. Dr. Martin Kustati, M. Pd beserta jajaran Wakil Rektor UIN Imam Bonjol Padang.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bapak H. Ahmad Wira, M.Ag, PH.D beserta jajaran Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.
3. Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah Bapak Dr. Roni Andespa, S.E.,M.M dan Sekretaris Prodi Ibuk Faznil Husna S. Rasyad, MBA
4. Dosen (PA) Pembimbing Akademik Bapak Dr. Roni Andespa, S.E.,M.M yang telah memberikan ilmu, dukungan dan arahnya selama masa perkuliahan sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr Nora Zulvianti, SS., MM selaku dosen pembimbing I, yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini. Bapak Riandy Mardhika Adif, SE,MM selaku dosen pembimbing II, atas segala saran dan koreksi yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Bapak H. Ahmad Wira, M.Ag, PH.D selaku penguji I yang telah memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi. Ibu Maidawati, S.E, M.Si selaku penguji II yang telah memberikan memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibuk Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak dan Ibuk pegawai akademik mahasiswa (AKAMA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak dan Ibuk pegawai perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang

yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menggunakan buku sebagai bahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Kepada Abang Ipar, Ezi Firmansyah dan Kakak kandung saya, Resa Desriati A.Md yang terus memberikan semangat kepada Adiknya baik berupa moril maupun materil.
8. Kepada teman saya Martin, Abrar, Zaki, Dodi, Rahmeisa, Sandi, Zidan, Dimas (Opung) yang bersedia menemani saya selama berada di bangku perkuliahan untuk bersama dari awal kuliah hingga sampai saat ini.
9. Kepada Ibuk Sri Hayati Maigus Nasir selaku pemilik PT Cahaya Madinah Mandiri beserta jajarannya. Terima kasih tak terhingga yang telah mengizinkan saya dan meluangkan waktu untuk melakukan penelitian di PT Cahaya Madinah Mandiri
10. Kepada teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung yang tak mampu penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan luar biasa.

Akhir kata, penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat untuk kepentingan penelitian dan ilmu pengetahuan di masa yang mendatang sesuai dengan fungsinya.

Padang, 05-Agustus-2025



(Rizky)

DAFTAR ISI

PENGESAHAN MUNAQSAH.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PERNYATAAN KEORINISILAN	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Teori Manajemen Pemasaran.....	11
2.2 Data Analisis	14
2.3 Segmentasi Pasar.....	17
2.2.1 Pengertian Segmentasi Pasar	17
2.2.2 Defenisi Segmentasi Pasar	20
2.2.3 Latar Belakang Pentingnya Segmentasi Pasar	21
2.2.4 Dasar Penerapan Segmentasi Pasar.....	22
2.2.5 Konsep Segmentasi Pasar	24
2.4 Prediksi Permintaan	27
2.3.1 Pengertian Prediksi Permintaan	27
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan	28
2.3.3 Pentingnya Prediksi	30
2.4 Penelitian Terdahulu	31

BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Metode Penelitian.....	39
3.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	39
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	40
3.4 Informan.....	40
3.5 Jenis dan Sumber Data	40
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum PT Cahaya Madinah Mandiri	44
4.1.1 Profil Singkat PT Cahaya Madinah Mandiri.....	44
4.1.2 Visi dan Misi PT Cahaya Madinah Mandiri	45
4.2 Penerapan Segmentasi Pasar di PT Cahaya Madinah Mandiri	47
4.2.1 Segmentasi Demografis	47
4.2.2 Segmentasi Psikografis	54
4.2.3 Segmentasi Perilaku	58
4.2.4 Segmentasi Geografis	61
4.3 Penerapan Prediksi Permintaan di PT Cahaya Madinah Mandiri.....	64
4.3.1 Wawancara Kepada Pemilik PT Cahaya Madinah Mandiri... ..	66
4.3.1.1 Kondisi Ekonomi dan Situasi Kondisi di Arab Saudi.....	66
4.3.1.2 Kondisi Iklim.....	68
4.3.1.3 Strategi Promosi	70
4.3.1.4 Pengaruh Global	72
4.3.1.5 Musiman	74
4.4 Pembahasan.....	78
4.4.1 Segmentasi Demografis	78
4.4.2 Segmentasi Psikografis	80
4.4.3 Segmentasi Perilaku.....	82
4.4.4 Segmentasi Geografis	83
4.4.5 Prediksi Permintaan	86
4.4.5.1 Kondisi Ekonomi dan Situasi Kondisi di Arab Saudi.....	86

4.4.5.2 Kondisi Iklim	88
4.4.5.3 Strategi Promosi	90
4.4.5.4 Pengaruh Global	92
4.4.5.5 Musiman	94
BAB V PENUTUP	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	115
6.1 Naskah Wawancara	115
6.2 Tabulasi Data Jemaah 2022-2024	117
6.2 Transkrip Wawancara	124
6.4 Surat Pernyataan Kesiediaan Informan dalam Penelitian	131
DAFTAR GAMBAR	38
2.1 Diagram Pembagian Segmentasi Pasar dan Prediksi Permintaan	38
4.1 Struktur Organisasi PT Cahaya Madinah Mandiri	46
6.3 Foto Dokumentasi Bersama Pemilik PT Cahaya Madinah Mandiri	130
DAFTAR TABEL	5
1.1 Data Jemaah Umroh PT Cahaya Madinah Mandiri	5
4.1 Segmentasi Demografis Berdasarkan Usia	47
4.2 Segmentasi Demografis Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.3 Segmentasi Demografis Berdasarkan Pekerjaan	52
4.4 Segmentasi Psikografis	54
4.5 Segmentasi Perilaku	58
4.6 Segmentasi Geografis	61
4.7 Analisis Tematik Prediksi Permintaan	64