

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Pemasaran**

Dalam menjalankan kegiatannya sebagai perusahaan jasa yang bergelut dibidang perjalanan terutama perjalanan haji dan umrah, maka PT Bimalyndo Hajar Aswad *tour and travel* Bengkulu harus mampu bersaing dengan biro-biro lain yang mempunyai produk yang sama agar dapat diterima oleh masyarakat, dan dapat menarik minat konsumennya. Maka dari itu PT Bimalyndo Hajar Aswad *tour and travel* Bengkulu harus mempunyai strategi yang jitu agar dapat bertahan.

Strategi yang unik adalah dengan pendekatan emosional terhadap calon jama'ah. selalu memotivasi calon jamaah bagi yang ingin pergi ke baitullah. Suatu perusahaan dalam bidang apapun, baik yang berorientasi pada perolehan laba jangka panjang maupun perusahaan nirlaba membutuhkan apa yang disebut dengan pemasaran. Pemasaran adalah suatu proses social dan melalui proses individu dan kelompok itu akan memperoleh apa yang mereka butuhkan dan diinginkan dengan cara menciptakan dan menukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lain. Sedangkan menurut William J. Stanton, pemasaran didefinisikan berdasarkan bisnis yaitu sebuah system dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan dan

mendistribusikan jasa serta barang pemuas kebutuhan dan keinginan pasar.<sup>16</sup> Pemasaran adalah satu proses yang menyatukan kemampuan sebuah organisasi dengan permintaan pelanggan atau pengguna. Ia mementingkan proses perhubungan dengan pelanggan dan mempunyai kesan terhadap setiap aspek organisasi dari penyelidikan produk yang sampai kepada proses penjualan. Pada hakekatnya pemasaran menekankan orientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen yang ditujukan untuk mencapai keberhasilan mencapai tujuan perusahaan. Dengan demikian ada empat unsur pokok yang terdapat dalam konsep pemasaran, yaitu: orientasi pada konsumen (kebutuhan dan keinginan konsumen), kegiatan pemasaran yang terpadu, kepuasan konsumen/pelanggan, dan tujuan perusahaan jangka panjang.

Dari beberapa istilah di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Pemasaran adalah proses penciptaan barang dan penawaran jasa kepada konsumen, sehingga terbentuk proses jual beli antara produsen dan konsumen untuk tercapainya tujuan dengan baik.
2. Dalam proses pemasaran dapat diketahui psikologis konsumen atau pelanggan, sehingga cocok dengan konsumen tersebut.

---

<sup>16</sup> William Stanton, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 8

3. Pemasaran adalah langkah untuk membantu image, suatu perusahaan agar lebih dikenal oleh masyarakat konsumen.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Kotler mengemukakan definisi pemasaran berarti bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan.<sup>17</sup> Dari definisi tersebut di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi.

Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen. Perusahaan

---

<sup>17</sup> Enri Ismadi Uska, *pemasaran dalam perspektif islam* (Jakarta: media ilmu 2010), h.45.

harus bertanggung jawab tentang kepuasan produk yang ditawarkan tersebut. Dengan demikian, maka segala aktivitas perusahaan, harusnya diarahkan untuk dapat memuaskan konsumen yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba. Konsep Pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses bagi perusahaan harus mengetahui adanya cara dan falsafah yang terlibat didalamnya. Cara dan falsafah baru ini disebut konsep pemasaran (marketing concept).

Konsep pemasaran tersebut dibuat dengan menggunakan tiga faktor dasar yaitu:

1. Saluran perencanaan dan kegiatan perusahaan harus berorientasi pada konsumen/pasar.
2. Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan, dan bukannya volume untuk kepentingan volume itu sendiri.
3. Seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dikoordinasikan dan diintegrasikan secara organisasi.<sup>18</sup>

Menurut Assauri Sofjan, mendefinisikan konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi dalam

---

<sup>18</sup> Risqullah Reyhan Manggabarani. ‘‘Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Peningkatandaya Saing Dalam Memilih Paket Umrah Pada Biro Perjalanan Pt. Maktour Di Makassar’’, *Skripsi*. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNHAS Tahun 2014

usahanya mencapai tujuan yang telah ditetapkan.<sup>19</sup> Bagian pemasaran pada suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting dalam rangka mencapai besarnya volume penjualan, karena dengan tercapainya sejumlah volume penjualan yang diinginkan berarti kinerja bagian pemasaran dalam memperkenalkan produk telah berjalan dengan benar. Penjualan dan pemasaran sering dianggap sama tetapi sebenarnya berbeda.

## **B. Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran perlu dirancang dengan mempertimbangkan beberapa cara yang sejauh mungkin dapat dijalankan. Dikatakan sejauh mungkin karena untuk menjalankannya sekaligus secara bersamaan tidak mudah dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, dalam pelaksanaannya sangat tergantung pada kebijakan manajemen sesuai dengan situasi dan kondisi internal yang ada.

Menurut Mulyadi Nitisusastro ada beberapa cara dalam strategi pemasaran diantaranya.<sup>20</sup>

### **1. Menciptakan Perbedaan**

Strategi menciptakan perbedaan dapat dilakukan melalui beberapa pendekatan, antara lain dari aspek sajian penawaran yang berbeda, pelayanan yang lebih baik,

---

<sup>19</sup> Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran.* ( Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), h. 81.

<sup>20</sup> Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan,* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 117-123

mempertahankan citra perusahaan. Dalam menciptakan perbedaan maka perlu dilakukan beberapa langkah.

## 2. Sajian Penawaran yang Berbeda

Dalam merancang strategi pemasaran manajemen perlu menciptakan cara yang berbeda dalam menawarkan paket yang berbeda dari perusahaan yang lain. Beberapa dekade sebelum sekarang, penawaran paket selalu dilakukan melalui surat. Guna menciptakan perbedaan, mungkin penawaran bisa dirancang melalui presentasi atau seminar, atau lokal karya dalam rangka kerja sama antara perusahaan asuransi dengan calon tertanggung. Sebagai ilustrasi, bagaimana membuat perbedaan dalam menawarkan produk jasa, selain melalui saluran distribusi dan agen-agen penjualan perbedaan yang lain yang mungkin dapat dikembangkan, apakah mungkin membeli produk jasa secara on-line.

## 3. Melayani

Melayani Lebih baik tidak selalu terkait dengan hari kerja dan dilakukan di kantor. Selama bertahun-tahun seorang nasabah sebuah bank hanya dapat mengambil uang tunai pada hari kerja dan dilakukan di kantor bank bersangkutan. Padahal kebutuhan seorang nasabah bisa terjadi secara mendadak dan hanya tersedia waktu singkat. Mungkinkah perusahaan memberikan pelayanan pada hari Sabtu, Minggu, dan atau pada hari libur.

#### 4. Menjaga Citra Perusahaan

Salah satu cara membangun kepercayaan adalah dengan menciptakan sejumlah citra. Citra itu sendiri akan terbentuk melalui sejumlah kinerja yang dapat disajikan oleh perusahaan. Khususnya pada produk jasa, tiga instrumen bauran pemasaran dimanfaatkan guna membangun citra perusahaan. Ketiga bauran pemasaran tersebut adalah, bauran pendukung fisik, bauran proses dan bauran orang. Jelas kiranya dengan memanfaatkan ketiga instrumen tersebut perusahaan yang menawarkan produk jasa dapat menampilkan citra yang lebih baik.<sup>21</sup>

#### 5. Mengelola Keluhan Pelanggan

Sebaiknya para pelaku usaha tidak memandang keluhan pelanggan sebagai hal yang sepele, terutama pelanggan yang merasa tidak puas. Pelanggan yang merasa tidak puas dan apalagi yang merasa dirugikan akan melakukan langkah-langkah yang berpotensi merepotkan perusahaan. Memperhatikan gambaran tersebut di atas, langkah pelanggan tidak jarang yang berujung pada pengaduan kepada pihak berwajib. Biasanya apabila hal yang demikian terjadi sudah jelas akan menyita waktu, biaya, dan energi lebih banyak dan keadaan seperti ini jelas kurang

---

<sup>21</sup> Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Gemilang 2009) h. 119

menguntungkan posisi dan citra perusahaan. <sup>22</sup>Sejauh mungkin hal yang demikian dihindarkan, dengan cara menyelesaikan keluhan pelanggan secara bijaksana secepat mungkin.

#### 6. Strategi Promosi (*Promotion*)

promosi adalah kegiatan untuk menginformasikan produk, membujuk konsumen untuk membeli serta mengingatkan konsumen agar tidak melupakan produk. Sementara bagi konsumen, promosi adalah komunikasi antara produsen dan konsumen.<sup>23</sup> Kegiatan dalam promosi ini pada umumnya adalah periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, pemasaran langsung, serta hubungan masyarakat dan publisitas.<sup>23</sup> Tempat/ Distribusi (*Place/Distribution*), Brosur, Brosur terbilang sebagai satu media promosi yang sangat sederhana, dan sudah sering digunakan. Banyaknya penggunaan brosur sebagai media promosi dikarenakan brosur yang bersifat praktis dan to the point.

#### 7. Strategi Paket

Dalam ajaran Islam semua aspek kehidupan manusia diatur dengan sempurna termasuk bidang ekonomi yang diantaranya adalah produksi. paket merupakan keseluruhan objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen. mempunyai beberapa peran dan layanan

---

<sup>22</sup> Indriyo Gutosudomo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2017), h. 128.

<sup>23</sup> Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta : PT Grasindo, 2007), h. 60.



jasa umrah untuk konsumennya, diharapkan untuk menarik minat konsumen untuk menunaikan ibadah haji dan umrah. Adapun produk yang dimiliki oleh PT. Bimalyndo Hajar Aswad *tour and travel* Bengkulu.

#### 8. Strategi Harga (*Price*)

Keunggulan yang dimiliki PT. Bimalyndo Hajar Aswad *tour and travel* Bengkulu Untuk para jamaah Haji dan umrah lainnya yaitu terletak pada strategi harga dan promosi, jika seseorang calon jamaah ingin mendaftarkan dirinya menjadi seorang jamaah umrah, Bila 20 sudah mencapai 20 pendaftar maka bonos 1 orang ikut menunaikan ibadah haji dan umrah.

### C. Haji dan Umrah

#### 1. Pengertian Haji

Makna haji secara istilah (*terminologis*) adalah berkunjung ke Baitullah (Ka'bah) untuk melakukan beberapa amalan, antara lain: wukuf, tawaf, sa'i dan amalan lainnya pada masa tertentu, demi memenuhi panggilan Allah SWT dan mengharapakan ridho-Nya. Haji merupakan rukun Islam kelima yang pelaksanaannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu antara tanggal 8 sampai dengan 13 Dzulhijjah setiap tahun, sebagaimana dapat dipahami dari QS. Al-Baqarah/2: 197:

الْحَجُّ أَشْهُرٌ مَّعْلُومَةٌ ۚ فَمَنْ فَرَضَ فِيهِنَّ الْحَجَّ فَلَا رَفَثَ  
 وَلَا فُسُوقَ وَلَا جِدَالَ فِي الْحَجِّ ۗ وَمَا تَفَعَّلُوا مِنْ خَيْرٍ يَّعْلَمُهُ  
 اللَّهُ ۗ وَتَزَوَّدُوا فَإِنَّ خَيْرَ الزَّادِ التَّقْوَىٰ ۗ وَاتَّقُونِ يَا أُولِي  
 الْأَلْبَابِ

Terjemahnya:

*(Musim) haji itu (pada) bulan-bulan yang telah dimaklumi. Siapa yang mengerjakan (ibadah) haji dalam (bulan-bulan) itu, maka janganlah dia berkata jorok (rafas), berbuat maksiat dan bertengkar dalam (melakukan ibadah) haji. Segala yang baik yang kamu kerjakan, Allah mengetahuinya. Bawalah bekal, karena sesungguhnya sebaik-baiknya bekal adalah takwa. Dan bertakwalah kepada-Ku wahai orang-orang yang mempunyai akal sehat.*<sup>24</sup>

Haji menurut arti bahasanya bermakna “menuju, menyengaja”. Haji yang dimaksudkan menurut syara<sup>24</sup> adalah sengaja mengunjungi ka<sup>24</sup>bah untuk melakukan beberapa amal ibadah dengan syarat-syarat tertentu. Haji Allah hanya mewajibkan bagi orang-orang yang mampu, hal yang perlu dicermati adalah konsep Istitha’ah, sebagai prasyarat utama bagi jamaah haji. Haji diwajibkan bagi orang-orang yang Istitha<sup>24</sup>ah yang artinya mampu sedangkan yang dimaksudkan dengan mampu disini adalah mampu melaksanakan haji ditinjau dari segi:

<sup>24</sup> jumanatul Ali, *Al-Quran dan Terjemahannya*,( Bandung: Departemen Agama RI,2005),h 31

a. Jasmani

Sehat, kuat, agar dapat melakukan ibadah haji

b. Rohani

- 1) Mengetahui manasik haji / haji
- 2) Berakal sehat dan memiliki kesiapan mental untuk melakukan ibadah haji / umrah dengan perjalanan yang jauh

c. Ekonomi

- 1) Mampu membayar biaya perjalanan ibadah haji (BPIH)
- 2) BPIH bukan berasal dari penjualan dari satu-satunya sumber kehidupan yang apabila tujuan menyebabkan kemudharatan bagi diri dan keluarganya. Sehingga keluarga yang ditinggalkan tetap memiliki biaya hidup.

d. Keamanan

- 1) Aman dalam perjalanan dan pelaksanaan ibadah haji/umrah
- 2) Aman bagi keluarga dan harta benda serta tugas dan tanggung jawab yang ditinggalkan dan tidak terhalangi / mendapat izin untuk perjalanan haji.<sup>25</sup>

e. Istitha'ah (Mampu)

---

<sup>25</sup> Depag RI Dirjen Bimas Haji, *Bimbingan Ibadah Haji, Umrah dan Ziarah*, (Jakarta: Penerbit Depag Ri Dirjen Haji, 2000), h. 4

## 2. Pengertian Umrah

Adapun pengertian umrah, kata umrah berasal dari bahasa Arab yaitu bermakna (berpergian). Berasal dari kata I'timar yang berarti ziarah, yakni menziarahi ka'bah dan berthawaf disekelilingnya, kemudian bersa'i antara shafa dan marwa, serta mencukur rambut (tahallul) tanpa wukuf di arafah.

## 3. Keutamaan haji dan umrah

Kewajiban ibadah haji hanya sekali dalam seumur hidup. Kewajiban ini baru diisyaratkan pada tahun ke 6 hijriyah, setelah rasulallah saw hijrah ke-Madinah. Nabi sendiri hanya sekali mengerjakan haji yang kemudian dikenal dengan sebutan Haji Wada'. Tak lama setelah itu, beliau wafat. Beberapa keutamaan dan hikmah ibadah haji, di antaranya:

- a. Mengerjakaln ibadah haji adalah pekerjaan yang sangat mulia dan terpuji. Rasulullah saw bersabda “ Barang siapa melaksanakan haji karena Allah, tidak melakukan rafts (berkata kotor) dan tidak fusuq (durhaka), maka ia kembali suci dari dosa seperti bayi yang dilahirkan dari kandungan ibunya”.<sup>26</sup>
- b. Ibadah haji memberi kesan dan pesan terhadap p erjalanan kehidupan seseorang. Karena itu, Siti aisyah tak mau ketinggalan untuk mengerjakan haji setiap tahun.

---

<sup>26</sup> Syekh H. Abdul Halim Hasan Binjai, *Tafsir Al-Ahkam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 189

Menurutnya, “aku bertanya kepada rasulullah: bolehkah aku ikut berperang dan berjihad bersamamu? Beliau menjawab: jihad yang lebih baik dan sempurna ialah haji, haji yang mabrur. Sejak itulah, aku tak pernah meninggalkan haji”.

- c. Ibadah haji merupakan manifestasi ketundukan pada Allah SWT.
- d. Melaksanakan ibadah haji merupakan ungkapan syukur atas nikmat harta dan kesehatan.
- e. Haji menempa jiwa agar memiliki semangat juang tinggi. Segala kesulitan yang dihadapi sejak dari tanah air hingga di tanah suci dan kembali lagi ke tanah air merupakan tantangan yang harus dihadapi seseorang haji yang dengan itu, ia belajar sabar, tabah, kuat, disiplin dan terdorong berakhlak mulia.
- f. Haji dapat menjadi pemersatu umat islam sedunia.
- g. Para jamaah haji adalah delegasi Allah SWT. Rasulullah SAW bersabda, “delegasi Allah ada 3: orang yang berperang, orang yang berhaji dan orang yang berumrah”. (HR. Al-Nasa’i dan Ibnu Hibban).<sup>27</sup>

#### 4. Ketentuan umum ibadah haji dan umrah

##### a. Kewajiban haji dan umrah

Kewajiban ibadah haji bagi seorang muslim yaitu sekali seumur hidup bagi yang mampu. Haji pertama kali

---

<sup>27</sup> Syekh H. Abdul Halim Hasan Binjai, *Tafsir Al-Ahkam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h.195.

bagi seseorang dinamakan “haji islam atau haji wajib”. Bila seseorang tidak mampu secara fisik, misalnya karena sakit yang tidak ada harapan sembuh, ia boleh mewakilkan kepada orang lain. Yang sudah pernah berhaji. Bila ada seseorang meninggal dunia dan ia belum berhaji, ahli warisnya atau orang lain boleh menghajikan almarhum, dengan syarat orang yang menjadi mubaddil (yang mewakili haji) telah berstatus haji.

Orang mati yang punya tanggungan wajib haji atau yang belum mampu melakukan ibadah haji, islam atau haji wajib (pertama), ia boleh dihajikan oleh siapapun, walaupun tak seidzin ahli warisnya dan tak mendapat wasiat dari yang mati. Kewajiban umrah bagi seorang muslim sama dengan haji adalah sekali seumur hidup. Bagi yang mampu secara fisik (sehat, kaya) maupun non fisik (berilmu). Jika tidak mampu mengerjakan sendiri, kecuali bagi orang sakit, yang tak ada harapan sembuh, ia boleh mewakilkan pada orang lain. Ishak Farid juga menyebutkan bahwa menurut Abdurrahman Al Jazari dalam kitabnya Al Fiqhu ala Al Mazhab Al Arba`ah amaliyah yang rukun ada 4 yaitu: Ihram, Thawaf Ifadhah, Sa`i antara Sofa dan Marwa, dan Wukuf di Arafah. Sedangkan amaliyah yang wajib ada 3 yaitu:

Melempar Jumrah, Mabit di Mina dan hadir di Muzdalifah.<sup>28</sup>

b. Waktu Haji dan Umrah

Waktu pelaksanaan ibadah haji hanya bisa dilakukan sejak pada bulan Syawal, Dzulkaidah, dan Dzulhijjah (ketiga bulan tersebut dinamakan miqat dzamani yaitu batas waktu pelaksanaan ibadah haji). Sedangkan waktu pelaksanaan umrah adalah sepanjang hari atau bulan. Artinya setiap saat orang bisa melakukan umrah, tidak terkait dengan waktu-waktu tertentu.

c. Syarat Wajib Haji dan Umrah

Islam, dewasa, berakal sehat, merdeka (bukan budak), dan mampu (mempunyai biaya haji dan biaya keluarga yang ditinggalkan). Sedangkan bagi wanita ditambah satu syarat, yaitu harus ada mahrom.

5. Amalan Haji dan Umrah

Sebagaimana ibadah yang lain, amalan haji dan umrah. Terdiri dari 3 bagian pokok, yakni:

- a. Rukun; rukun adalah sendi-sendi ibadah haji. Karena itu, rukun haji tidak boleh ditinggalkan. Haji tidak cukup dan belum sah selagi semua rukun belum dipenuhi. B Misalnya, tawaf atau sa'i kurang sejengkal atau selangkah dan memotong rambut kurang se-utas. Disamping belum sah, yang bersangkutan juga belum

---

<sup>28</sup> Muhammad Sholikhin, *Keajaiban Haji dan Umrah*, (Jakarta: Erlangga, 2013),h.11.

bisa tahallul (keluar dari ihram seumur hidup selagi rukun itu belum dipenuhi).<sup>29</sup>

- b. Wajib adalah perbuatan yang harus dilakukan tapi bila perbuatan wajib ini ditinggalkan, haji tetap sah, namun tetap harus membayar dam atau denda. Sebagai konsekwensi dari kewajiban yang ditinggalkan.
- c. Sunnah adalah perbuatan yang bersifat anjuran, bila ditinggalkan, tidak dikenakan denda apapun. Hanya saja pahala haji dan umrah kurang sempurna.

#### 6. Pemahaman Tentang Ansakul Haji

Ansakul haji atau macam-macam pelaksanaan haji ada 3. Seseorang yang melaksanakan ibadah haji, boleh memilih salah satu yaitu :

- a. Haji ifrad yaitu berihrom untuk haji saja.
- b. Haji tamattu yaitu berihram untuk melaksanakan umrah pada bulan-bulan haji dan bertahallul darinya, kemudian berihrom kembali untuk haji pada tahun itu.
- c. Haji qiran yaitu berihrom untuk melaksanakan haji dan umrah secara bersamaan atau berihrom untuk umrah kemudian memasukkan niat haji sebelum ia memulai tawaf umrah.

Seseorang yang memilih pelaksanaan model haji ifrad, umumnya ia tidak dikenai dam atau denda berupa seekor kambing. Sedangkan haji tamattu dan haji qiran

---

<sup>29</sup> Jumanatul Ali, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung.: Departemen Agama RI, 2005) h. 31.



diwajibkan membayar dam atau denda berupa seekor kambing yang disembelih pada hari penyembelihan nahr.<sup>30</sup>

#### D. Kerangka Berpikir



**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir**

<sup>30</sup> Muhammad Baqir Al-Habsi, *Fiqh Praktis*, (Bandung: Mizan, 1999), h. 377.