

## ABSTRAK

**Muhammad Syarkani**, 190104030068. *Strategi Promosi PT Ameera Mekkah Travel dalam Menarik Minat Jemaah Umrah Tahun 2022*. Pembimbing: (I) Nur Falikhah, S.Ant., M.Sc.. Pembimbing (II) Devi Novianti, SE., MM. Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin. 2023

**Kata Kunci:** *Strategi Promosi, Jemaah Umrah*

Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya strategi promosi bagi travel dalam menarik minat jemaah umrah terutama pada PT Ameera Mekkah Travel karena mengingat travel ini masih baru dan harus dihadapkan dengan persaingan pasar di era transisi pandemi ke endemi Covid-19. PT Ameera Mekkah Travel menerapkan beberapa bauran promosi agar orang tertarik dan percaya kepada travel tersebut. Fokus permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi promosi PT Ameera Mekkah Travel dalam menarik minat calon jemaah umrah dan hambatan serta pendukung dalam promosi yang dilakukan. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi promosi apa yang digunakan serta faktor yang mendukung dan menghambat berjalannya promosi.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan melakukan pendekatan deskriptif kualitatif. Subjek dalam penelitian ini yaitu pimpinan cabang PT Ameera Mekkah Travel Kalimantan Selatan, tim pemasaran, dan jemaah PT Ameera Mekkah Travel. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Adapun uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi data yaitu triangulasi teknik dan triangulasi sumber.

Hasil penelitian dalam penelitian ini adalah PT Ameera Mekkah Travel cabang Kalimantan Selatan memperoleh banyak jemaah pada tahun 2022 yaitu sekitar 775 jemaah dan telah menerapkan tujuh elemen bauran promosi. Akan tetapi ada beberapa elemen bauran promosi yang belum diterapkan dengan maksimal yaitu periklanan, promosi penjualan (*sales promotion*), pemasaran langsung, dan *internet media*. Meskipun ada beberapa bauran promosi yang tidak diterapkan dengan maksimal dan travel ini masih baru, promosi tetap berjalan dengan baik dan efektif dalam menarik minat jemaah umrah di tahun 2022.