

ABSTRAK

Annita Fahira Saragih. NIM. 200104030261: Strategi Promosi PT. Samira Ali Wisata Dalam Meraih Rekor Muri Pada Masa Pandemi. Pembimbing I: Fahriansyah, S. Ag, M. Ag. Pembimbing II Sri Anafarhanah, SEI., MSI. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin. 2024.

Kata Kunci: Strategi, Promosi

Rukun Islam yang terakhir, ziarah ke rumah Allah SWT (*Baitullah*) untuk melakukan rangkaian ibadah sesuai dengan syarat-syarat, rukun-rukun, dan waktu yang telah ditetapkan. Ibadah haji yang dipelajari dari pengalaman yang sudah dilalui oleh para kaum muslim, yaitu dari proses bagaimana ilmu tentang haji, seperti apa fungsi haji, baik untuk diri kita sendiri serta orang banyak. Sebelum melaksanakan umroh dan haji kita harus mempersiapkan segala hal-hal yang menyangkut dalam pemberangkatan, perjalanan hingga sampainya ke tanah suci. Istilah layanan perjalanan yang mana kegiatannya berpusat di sekitar bisnis perjalanan inilah arti dari bisnis yang melakukan kegiatan menawarkan informasi dan layanan terkait perjalanan, biasanya dalam bentuk perjalanan wisata. Selain PT. Travel Samira Ali Wisata, masih banyak jasa agen perjalanan atau travel haji serta umrah di Indonesia. Travel tersebut setelah pandemi melanda akhirnya PT. Samira Ali Wisata mampu bangkit serta dapat memecahkan Rekor Muri pertama kali pada masa pandemi dikalangan agen perjalanan umroh dan haji, penghargaan diserahkan langsung oleh *Customer Relation Manager* Muri Andrew Purwandono kepada CEO atau *Founder* PT. Samira Ali Wisata Fauzi Wahyu Muntoro.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Untuk mengetahui apa saja promosi PT. Samira Ali Wisata dalam meraih rekor muri di masa pandemi dan untuk mengetahui apa dampak dan strategi promosi PT. Samira Ali Wisata yang telah mendapatkan rekor muri.

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) lokasi yang diteliti yaitu manager, staff pengurus, serta mitra sekaligus *tour leader* yang pernah berangkat melalui PT. Samira Ali Wisata.

Hasil penelitian ini, diketahui bahwa dalam strategi promosi PT. Samira Ali Wisata dalam meraih Rekor MURI pada masa pandemi menunjukkan pendekatan yang tepat untuk mengoptimalkan dampak positif dari prestasi tersebut, meskipun dihadapkan pada tantangan dari kondisi pandemi Covid-19. Dampak dan strategi promosi PT. Samira Ali Wisata setelah meraih Rekor MURI menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan citra perusahaan dan memperluas pengaruhnya di pasar pariwisata.