

## ABSTRAK

**Akhmad Muzakir**, 1601361128, *Implementasi Bauran promosi Produk Umrah Pada PT. Wahyu Titian Insani*. Pembimbing (I) Dr. H. Muhammad Abduh Amrie, MA dan Pembimbing (II) Devi Noviyanti, SE, MM pada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin. 2022.

Kata Kunci: *Bauran Promosi, Produk Umrah, Implementasi Bauran Promosi Produk Umrah Pada PT. Wahyu Titian Insan*

Umrah merupakan salah satu ibadah umat islam yang pelaksanaannya dilakukan di tanah suci Mekkah dan Madinah. Masyarakat Kalimantan Selatan banyak yang melaksanakan umrah terlebih dahulu selagi menunggu antrian pemberangkatan haji reguler yang mencapai 36 tahun. Virus corona mulai menyebar di Indonesia pada tahun 2020, hal ini berdampak pada kesehatan manusia dan proses pelaksanaan umrah. Promosi adalah faktor penting dalam kesuksesan sebuah biro perjalanan umrah. PT. Wahyu Titian Insani merupakan travel umrah yang cukup bersaing dengan travel lain di Kalimantan Selatan,, dalam periode satu bulan dapat mencapai 3 kali pemberangkatan. Disini menarik perhatian penulis untuk meneliti tentang bagaimana implementasi bauran promosi produk umrah yang dilakukan oleh PT. Wahyu Titian Insani pada saat sebelum pandemi, saat pandemi dan pasca pandemi virus corona.

Tulisan penelitian ini untuk mengetahui implementasi bauran promosi produk umrah kepada masyarakat pada saat sebelum pandemi, saat pandemi dan pasca pandemi virus corona dan untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam bauran promosi produk umrah kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif, yang mana metode penelitian ini untuk menjelaskan dan menguraikan data yang ditemukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Adapun hasil penelitian data yang diperoleh peneliti dalam implementasi bauran promosi yang digunakan oleh PT. Wahyu Titian Insani sebelum pandemi virus corona yaitu menggunakan periklanan produk umrah melalui brosur, koran, banner, spanduk, baliho, *website*, *facebook*, *Instagram*, dan *youtube*, dan televisi. Penjualan personal menggunakan metode persentasi ke beberapa perusahaan, sekolah, lembaga-lembaga pemerintah dan majelis, selain itu juga menggunakan metode *retail selling*. Promosi penjualan melalui perantara seperti mitra agen dan ustaz-ustaz, untuk alat promosinya dengan memberikan *discount* (potongan harga). *Public relation* yang digunakan perusahaan melalui pameran, *event-event* keagamaan islam dan melalui *public figure*. Pemasaran langsung yang dilakukan oleh perusahaan yaitu menggunakan telepon atau *telemarketing*, *short message service* dan *whatshap* pribadi. Pada saat pandemi virus corona implentasi bauran

promosi hanya menggunakan postingan poster melalui *instagram* untuk menandakan bahwa perusahaan ini tidak tutup selamanya dan akan buka kembali setelah pandemi virus corona. Pada pasca pandemi corona atau *new normal* alat promosinya ditambah undian atau bonus untuk jemaah yang berangkat di PT. Wahyu Titian Insani Banjarmasin. Dari lima bentuk bauran promosi diatas bauran promosi lebih dominan kepada promosi penjualan melalui ustaz-ustaz dan *public figure*. Faktor pendukung dan faktor penghambat PT. Wahyu Titian Insani Banjarmasin, pada faktor pendukungnya perusahaan ini sudah lama berdiri, memiliki izin yang resmi, pelayanan yang bagus, ketua PPIU Kalimantan Selatan adalah Direktur PT. Wahyu Titian Insani, dan juga memiliki *public figure* ternama serta letak perusahaan potensial dalam menarik jemaah. Adapun faktor penghambatnya adalah adanya persaingan yang ketat, harga dolar tinggi dan syarat umrah yang semakin sulit pada pasca pandemi atau *new normal*