

ABSTRAK

Rossy Emaniarti: 180104030061. *Strategi Bauran Pemasaran PT. Salfany Safanusa Dalam Meningkatkan Daya Tarik Jemaah Umrah Kota Banjarmasin.* Pembimbing: (I) Drs. H. Ahmad Gazali, M.Hum dan (II) Sri Anafarhanah, SEI., MSI, pada Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. 2023.

Kata Kunci: Strategi, Bauran Pemasaran, Daya Tarik.

Saat ini khususnya di Banjarmasin sudah ada sebanyak 27 jasa travel haji serta umrah yang berdiri dan bertujuan untuk memudahkan masyarakat melaksanakan ibadah, akan tetapi banyaknya jasa travel yang berdiri, maka akan menyebabkan calon jemaah terbagi pada setiap travel pilihannya dan menyebabkan sebagian travel merasakan kurangnya peminat dari calon jemaah. Sehingga suatu travel harus menyusun suatu strategi pemasaran. Dalam hal ini tujuan dalam penelitian ini ialah agar mengetahui strategi bauran pemasaran PT. Salfany Safanusa dalam meningkatkan daya tarik jemaah umrah.

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini ialah Pimpinan PT. Salfany Safanusa Bapak H. Abu Hanifah, Divisi Operasional dan Layanan Tour yakni Bapak Dody Sulistomo, dan Thaufan Indrawan. Penelitian ini berlokasi di Jl. Cempaka Besar No.41 Kelurahan Mawar, Kecamatan Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun dalam analisis data menggunakan tiga macam analisis yakni reduksi data, model data dan verifikasi data.

Hasil penelitian ini adalah strategi bauran pemasaran yang dikembangkan travel seperti pengembangan produk, kegiatan promosi dan strategi penetapan harga. Strategi dalam meningkatkan daya tarik pada PT. Salfany Safanusa ada 7 macam yaitu, 1) Produk (Haji plus, Umrah reguler, Umrah plus, dan Wisata Islam), 2) Harga (penetapan harga dibagi untuk ekonomi menengah keatas), 3) Tempat (lokasi untuk mendistribusikan paket umrah letaknya sangat strategis), 4) Promosi (menawarkan kepada masyarakat melalui media sosial, brosur, iklan, *personal selling*, internet dan pameran), 5) Proses (Melakukan pelayanan terhadap calon jemaah dengan sepenuh hati), 6) Orang (melakukan optimalisasi sumber daya manusia untuk karyawan), 7) Tampilan Fisik (Memberikan keamanan dan kenyamanan pada jemaah saat ibadah). Dampak strategi bauran pemasaran yang muncul ialah mengalami jumlah calon jemaah yang tidak stabil