

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN
PRODUK UMRAH PT. GULZAR WISATA
TANAH LAUT TAHUN 2022**

SKRIPSI

OLEH

SITI SARAH



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2025 M/1447 H**



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ANTASARI

BANJARMASIN

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK UMRAH PT.
GULZAR WISATA TANAH LAUT TAHUN 2022**

Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial Program
Studi Manajemen Dakwah

**Oleh :
Siti Sarah
180104030196**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
2025/1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah:

Nama : Siti Sarah
NIM : 180104030196
Tempat/Tanggal Lahir : Tanah Laut, 05 Januari 2001
Jurusan/Program Studi : Manajemen Dakwah
Fakultas/Program : Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya yang berjudul, **“Strategi Bauran Pemasaran Produk Umrah PT. Gulzar Wisata Tanah Laut Tahun 2022”** adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 2 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



10000
METERAI
TEMPEL
41DE9AMX432206867

Siti Sarah

BUKTI BEBAS PLAGIASI



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jalan Jenderal Ahmad Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 3257627; Faksimili (0511) 3254344;
Website: www.fdk.uin-antasari.ac.id; E-mail: fdik@uin-antasari.ac.id lg: fdkuinantasari

SURAT KETERANGAN LULUS CEK PLAGIASI

Nomor : 724/Un.14/III.4/PP.00.9/07/2025

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Siti Sarah
NIM : 180104030196
Program Studi : S1 Manajemen Dakwah

Judul skripsi:

STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK UMRAH PT. GULZAR WISATA TANAH LAUT TAHUN 2022

Hasil Uji Plagiasi : 23%

Berdasarkan hasil cek plagiasi dengan menggunakan www.turnitin.com bahwa naskah skripsi ini dinyatakan lulus dan memenuhi syarat batas maksimal plagiasi 25%.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 03 Juli 2025

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Sarah

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK UMRAH PT. GULZAR
WISATA TANAH LAUT TAHUN 2022**

 Quick Submit

 Quick Submit

 Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

Document Details

Submission ID

trn:oid::1:3289398999

80 Pages

Submission Date

Jul 3, 2025, 10:00 AM GMT+7

10,888 Words

Download Date

Jul 3, 2025, 10:32 AM GMT+7

71,040 Characters

File Name

SITI_SARAH.docx

File Size

449.1 KB

23% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text

Top Sources

- 22%  Internet sources
- 7%  Publications
- 8%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul : Strategi Bauran Pemasaran Produk Umrah PT. Gulzar
Wisata Tanah Laut 2022
Ditulis Oleh : Siti Sarah
NIM : 180104030196
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Prodi : Manajemen Dakwah
Alamat : Jalan Hidayah RT. 12 RW.01, Kelurahan Angsau,
Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut,
Provinsi Kalimantan Selatan, 70814

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin.

Pembimbing I

Banjarmasin, 30 Juni 2025

Pembimbing II



Syaiful Hadi, S.IP., MA.
NIP. 196912051999031001



Devi Noviyanti, SE., MM.
NIP. 198701252015032003

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Antasari Banjarmasin,



Sri Anafarhanah, SEI, M.SI
NIP. 198909112015032005

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul Strategi Bauran Pemasaran Produk Umrah PT. Gulzar Wisata Tanah Laut telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin pada :

Hari : Jum'at

Tanggal : 18 Juli 2025

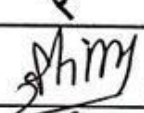
Dan dinyatakan LULUS dengan Predikat: A (85)

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Antasari Banjarmasin,



Dr. H. M. Abduh. MA
NIP. 196305021992031005

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan
1.	Dr. H. M. Abduh. MA	1. ✓
2.	Sri Anafarhanah, SEI., MSI	2. 
3.	Dra. Hj. Siti Rahmah, M. Ag	3. 
4.	Devi Noviyanti, SE., M.M	4. 

ABSTRAK

Siti Sarah. 180104030196. *Strategi Bauran Pemasaran Produk Umrah PT. Gulzar Wisata Tanah Laut Tahun 2022.* Pembimbing (I) Syaipul Hadi, S. IP, MA dan (II) Devi Noviyanti, SE, MM. Pada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin. Tahun 2025.

Kata Kunci : *Strategi, Bauran Pemasaran, Produk Umrah.*

Peningkatan signifikan jumlah biro perjalanan haji dan umrah, baik di kota besar maupun pedesaan, menandakan bahwa sektor bisnis ini sangat menguntungkan bagi para pengusaha. Mengingat ketatnya persaingan antarperusahaan, setiap biro perjalanan berlomba-lomba memperluas pangsa pasar demi meningkatkan penjualan dan menjaring lebih banyak konsumen atau jemaah. Oleh karena itu, setiap perusahaan travel diwajibkan menerapkan strategi yang efektif. Salah satunya PT. Gulzar Wisata Tanah Laut yang dapat menarik minat banyak konsumen sebagai biro perjalanan umroh berkat keunggulan produk yang ditawarkan.

Penelitian ini bertujuan untuk memberi gambaran bagaimana strategi bauran. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Subjek penelitian yaitu Direktur Utama beserta karyawan atau staf PT. Gulzar Wisata Tanah Laut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran, PT. Gulzar Wisata Tanah Laut menawarkan berbagai jenis produk umrah yang telah disesuaikan dengan harga, memenuhi keinginan serta kebutuhan calon jemaah. Lokasi PT. Gulzar Wisata dinilai strategis dan mudah dijangkau. Upaya promosi yang dilakukan mencakup penggunaan media cetak seperti brosur dan papan iklan, serta promosi secara daring. Selain itu, PT. Gulzar Wisata juga gencar melakukan promosi melalui penjualan perorangan. Dalam hal pelayanan, PT. Gulzar Wisata Tanah Laut senantiasa berusaha memberikan yang terbaik, terbukti dari tingkat kepuasan jemaah yang tinggi. Hal ini juga didukung oleh bukti fisik yang terdapat di kantor PT. Gulzar Wisata Tanah Laut yang sudah terbilang cukup lengkap.

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾

**“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”
QS. Al-Insyirah: 5**

KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillah. Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam. memang paling layak ditujukan kepada Allah Swt. Sang Maha Cinta. Tuhan yang tidak pernah berpaling dari hambaNya meskipun hambaNya berpaling dariNya. Tuhan yang tidak pernah bosan pada hambaNya meskipun hambaNya kerap kali bosan terhadap perintah dan laranganNya. Allah Maha Pengasih Maha Penyayang. Allah Sang Maha Cinta.

Salawat serta salam kepada junjungan Nabi besar Muhammad Saw, juga kepada seluruh kerabat, sahabat beliau sekalian. Manusia sempurna. Hamba terbaik dari tuhan Maha Cinta. Nabi yang paling dekat dengan TuhanNya tetapi kedekatannya pada Tuhannya tidak digunakan untuk kepentingan pribadinya melainkan untuk umatnya. Sosok yang menampilkan betapa menakjubkannya tentang Cinta. Allahumma Sholli'Ala Sayyidina Muhammad.

Skripsi ini adalah hadiah kecil untuk kedua orang tua saya bapak H. Suwita, M.Pd dan Ibu Hj. Marti Sarkiah. Dua sosok manusia yang juga menampilkan tentang bahasa cinta yang luar biasa. Sosok ibu yang telah merawat dari kecil hingga dewasa. Sosok yang mendoakan yang terbaik untuk anaknya. Sosok yang sangat perhatian pada kesehatan anaknya. Lalu bapak yang sosoknya tangguh, kuat, sabar, dan ikhlas. Sosok yang selalu membantu dan mendukung setiap hal yang dilakukan anaknya. Tidak ada ucapan selain ucapan terimakasih karena selalu mendoakan dan menjadi penyemangat saya dan selalu ada untuk saya..

Kupersembahkan juga teruntukkan keluarga besarku, baik dari keluarga

bapak maupun ibu. Terutama untuk saudaraku yang selalu mensupport dan mendoakan yang terbaik untuk saudaranya.

Persembahan selanjutnya juga untuk dosen pembimbingku Bapak Syaipul dan Ibu Devi yang selalu saya ganggu waktunya karena membimbing saya dan seluruh dosen yang telah memberikan ilmunya, waktunya dan lelahnya untuk kesuksesan muridnya.

Selanjutnya kupersembahkan skripsi ini untuk orang yang pernah saya repoti namun tetap membantu dan selalu mensupport saya, yang selalu memberikan energi positif, yang membantu saya dalam hal apapun, semoga tujuan dan cita-cita untuk bersama di semogakan oleh Allah Swt. Aamiinnn

Kepada kalian semua skripsi ini kupersembahkan. Terimakasih banyak. Semoga kalian disehatkan selalu, panjang umur, selalu bahagia dan Allah membalas kebaikan dengan beribu kebaikan. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha penyayang, segala Puji bagi Allah, Tuhan semesta alam. Shalawat serta salam tidak lupa kita haturkan ke junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW beserta seluruh keluarga, kerabat dan sahabat beliau

Alhamdulillah segala puji dan syukur kita panjatkan keharibaan Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Strategi Bauran Pemasaran Produk Umrah PT. Gulzar Wisata Tanah Laut Tahun 2022 ini dengan baik, demi tercapainya gelar Sarjana Sosial (S.Sos), di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin.

Dalam penelitian dan penyelesaian skripsi ini penulis sadar bahwa dalam setiap proses nya banyak sekali mendapat bantuan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, dukungan, motivasi dan lain sebagainya. Maka dari itu penulis mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mujiburrahman, MA, Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin.
2. Bapak Dr. H. M. Abduh, MA, Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin.
3. Ibu Sri Anafarhanah, SEI., MSI, Ketua Jurusan Manajemen Dakwah.
4. Bapak Syaipul Hadi, S,IP., MA. Dosen pembimbing I yang telah berkenan memberikan banyak bimbingan, arahan dan motivasi serta

berkenan meluangkan waktu dan pikiran untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Devi Noviyanti, SE., MM., sebagai dosen pembimbing II penulis sekaligus dosen Akademik penulis yang telah berkenan memberikan bimbingan, arahan dan motivasi serta berkenan meluangkan waktu dan pikiran untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Para dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti, dan tenaga kerja beserta para staff yang banyak memberikan bantuan pelayanan administrasi selama kuliah hingga berakhir penyusunan skripsi.
7. Kepala Perpustakaan Pusat UIN Antasari Banjarmasin beserta seluruh tenaga kerja yang telah banyak membantu dalam meminjam buku-buku yang penulis perlukan.
8. Kepala Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin beserta seluruh tenaga kerja yang telah banyak membantu dalam meminjam buku-buku yang penulis perlukan.
9. Kedua orang tua, saudara-saudari dan seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil dan selalu setia memanjatkan doa terbaiknya.
10. Teman-teman seperjuangan Manajemen Dakwah khususnya angkatan 2018, terimakasih atas perhatian dan kesetiaannya selama ini ketika kita menimba ilmu bersama. Ini bukanlah akhir dari perpisahan kita.
11. Seluruh pihak yang membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam segala hal demi suksesnya penelitian skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan

satu-persatu.

Teriring doa semoga Allah senantiasa membalas semua amal kebaikan dari semuanya dengan sebaik-baik balasan. Akhirnya penulis menyadari dalam penelitian skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya, *Aamiin*.

Banjarmasin, 02 Juli 2025

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi yang dipakai dalam pedoman penelitian skripsi ini adalah pedoman Transliterasi Arab-Indonesia berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tanggal 22 Januari 1988.

1.	ا	:	A	16.	ط	:	Th
2.	ب	:	B	17.	ظ	:	Zh
3.	ث	:	T	18.	ع	:	‘
4.	ث	:	Ts	19.	غ	:	Gh
5.	ج	:	J	20.	ف	:	F
6.	ح	:	<u>H</u>	21.	ق	:	Q
7.	خ	:	Kh	22.	ك	:	K
8.	د	:	D	23.	ل	:	L
9.	ذ	:	Dz	24.	م	:	M
10.	ر	:	R	25.	ن	:	N
11.	ز	:	Z	26.	و	:	W
12.	س	:	S	27.	هـ	:	H
13.	ش	:	Sy	28.	ء	:	‘
14.	ص	:	Sh	29.	ي	:	Y

1. Vokal

Vokal dalam bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal memiliki ketentuan alih aksara sebagai berikut.

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
َ	A	Fathah
ِ	I	Kasrah
ُ	U	Dhammah

Kata sandang: Contoh: (الرِّجَالُ) al-rijâl bukan ar-rijâl, (الدُّيَّانُ) al-dîwân bukan ad-dîwân.

Syiddah: Misalnya, kata (الضُّرُورَةُ) tidak ditulis adh-dharûrah melainkan al-dharûrah, demikian seterusnya.

Vokal rangkap memiliki ketentuan alih aksara sebagai berikut.

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
َـِ	Ai	a dan i
َـُ	Au	a dan u

2. Vokal Panjang

Ketentuan alih aksara vokal panjang (mad), yang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf sebagai berikut.

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
آَ	Â	a dengan topi di atas
إِ	Î	i dengan topi di atas
أُ	Û	u dengan topi di atas

3. Kata Sandang

Kata sandang, yang dalam sistem aksara Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu dialihaksarakan menjadi huruf /l/, baik diikuti huruf syamsiya maupun huruf qamariah. Contoh: al-rijâl bukan ar-rijâl, al-dîwân bukan ad-dîwân.

4. Syiddah (*Tasydîd*)

Syiddah atau tasydîd yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda (ّ) dalam alih aksara ini dilambangkan dengan huruf, yaitu dengan menggandakan huruf yang diberi tanda *syiddah* itu. Akan tetapi, hal ini tidak berlaku jika huruf yang menerima tanda *syiddah* itu terletak setelah kata sandang yang diikuti oleh huruf-huruf syamsiyah. Misalnya, kata sandang yang diikuti oleh huruf-huruf syamsiyah. Misalnya, kata (الْضُّرُورَةُ) tidak ditulis adh-dharûrah melainkan al- dharûrah, demikian seterusnya.

5. Ta Marbûthah

Berkaitan dengan alih aksara ini, jika huruf *ta marbûthah* terdapat pada kata yang berdiri sendiri, maka huruf tersebut dialihaksarakan menjadi huruf /h/ (lihat contoh 1 di bawah). Hal yang sama juga berlaku jika *ta marbûthah* tersebut diikuti oleh kata sifat (*naʿt*) (lihat contoh 2). Namun, jika huruf *ta*

marbûthah tersebut diikuti kata benda (*ism*), maka huruf tersebut dialihaksarakan menjadi huruf /t/ (lihat contoh 3).

No	Kata Arab	Alih Aksara
1	طَرِيقَة	Tharîqah
2	الْجَامِعَةُ الْإِسْلَامِيَّة	Al-Jâmi'ah al-Islâmiyyah
3	وَحْدَةُ الْوُجُود	Wahdah al-Wujûd

6. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam alih aksara ini huruf kapital tersebut juga digunakan, dengan mengikuti ketentuan yang berlaku dalam ejaan Bahasa Indonesia, antara lain untuk menuliskan permulaan kalimat, huruf awal nama tempat, nama bulan, nama diri, dan lain-lain. Jika nama diri didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya. Contoh: al-Ghazali bukan Al-Ghazali, al-Banjari bukan Al-Banjari.

Beberapa ketentuan lain dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) sebetulnya juga dapat diterapkan dalam alih aksara ini, misalnya ketentuan mengenai huruf cetak miring (*italic*) atau cetak tebal (*bold*). Jika menurut PUEBI, judul buku itu ditulis dengan cetak miring, maka demikian halnya dalam alih aksaranya, demikian seterusnya.

Berkaitan dengan penulisan nama, untuk nama-nama tokoh yang berasal dari Nusantara sendiri, disarankan tidak dialihaksarakan meskipun akar katanya berasal dari bahasa Arab. Misalnya ditulis Abdussamad al-Palimbani, tidak 'Abd al-Samad al-Palimbânî; Nuruddin al-Raniri, tidak Nûr al-Dîn al-

Rânîrî.

7. Cara Penulisan Kata

Setiap kata, baik kata kerja (*fi‘l*), kata benda (*ism*), maupun huruf (*harf*) ditulis secara terpisah. Berikut adalah beberapa contoh alih aksara atas kalimatkalimat dalam Bahasa Arab.

Aksara Arab	Alih Akrasa
ذَهَبَ الُّسُّوُّدُ	dzahaba al-ustâdzu
ثَبَّتَ الْحُجُّوْرُ	tsabata al-ajru
الْحَرَكَةُ الْعَصْرِيَّةُ	al-ḥarakah al-‘ashriyyah
أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ	asyhadu an lâ ilâha illa Allâh
مَوْلَانَا مَالِكُ الصَّالِحِ	mawlânâ Malik al-Shâliḥ
يُؤَيِّرُكُمُ اللَّهُ	yu’tsirukum Allâh
الْمُظَاهِرُ الْعَقْلِيَّةُ	al-mazhâhir al-‘aqliyyah
حُبُّ الْإِسْطِطْلَاعِ	hub al-istithlâ‘
الْمَادَّةُ الْمَصْنُوعَةُ مِنَ الْحَيَوَانَ	al-mâddah al-mashnû‘ah min al-hayawân
طَرَفُ الْعَيْنِ	tharf al-‘ayni
الْمُسَاهَمَةُ	al-musâhamah
مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا	man salaka tharîqan

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iii
BUKTI BEBAS PLAGIASI.....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	v
PENGESAHAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
MOTTO.....	viii
KATA PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	xiv
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Signifikansi Penelitian.....	4
E. Definisi Operasional.....	5
F. Penelitian Terdahulu.....	6
G. Sistematika Penulisan.....	9
 BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR.....	 10
A. Strategi Pemasaran	10
1. Pengertian Strategi.....	10
2. Pengertian Pemasaran.....	12
3. Pengertian Strategi Pemasaran	13
4. Langkah-langkah Strategi Pemasaran	16
5. Pemasaran Jasa	19
6. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	22
7. Manfaat Strategi Pemasaran.....	35
B. Produk Umrah	36
1. Pengertian Umrah.....	38
2. Hukum Umrah.....	39
3. Syarat, Rukun dan Hukum Umrah	42
4. Larangan dalam Umrah	42
C. Kerangka Pikir.....	45
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	47

B. Subjek dan Objek Penelitian	47
C. Lokasi Penelitian	48
D. Data dan Sumber Data.....	48
E. Teknik Pengumpulan Data	49
F. Analisis Data	50
G. Pengecekan Keabsahan Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Hasil Penelitian.....	54
1. Gambaran Umum PT. Gulzar Travelindo Wisata Tanah Laut.....	54
2. Strategi Bauran Pemasaran PT. Gulzar Wisata Tanah Laut	58
B. Pembahasan.....	70
BAB V PENUTUP	75
A. Simpulan	75
B. Rekomendasi	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Jumlah Jamaah Umrah Tahun 2002.....	4
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 4.2 Harga Produk Umrah PT. Gulzar Wisata Tanah Laut.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	46
Gambar 4.1 Struktur PT. Gulzar Wisata Tanah Laut	56
Gambar 4.2 Instagram PT. Gulzar Wisata Tanah Laut	64
Gambar 4.3 Tiktok PT. Gulzar Wisata Tanah Laut.....	64
Gambar 4.4 Brosur	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara	80
Lampiran 2. Dokumentasi	82
Lampiran 3 Surat Keterangan Telah Selesai Revisi	84
Lampiran 4. SK Pembimbing dan Lampiran	85
Lampiran 5. SK Perubahan Pembimbing dan Lampiran	88
Lampiran 6. Surat Keterangan Seminar	90
Lampiran 7. Surat Izin Riset.....	91