

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.