

ABSTRAK

Muhammad Jakiudin, *Bauran Pemasaran Pada PT. Salfany Safanusa Banjarmasin*. Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2025. Pembimbing (I): Raden Yani Gusriani, SE., MM. Pembimbing (II): Devi Noviyanti, SE., MM.

Kata Kunci: *Bauran Pemasaran*.

Pemasaran pada dasarnya menitik beratkan konsumen, atau berorientasi pada konsumen dari pada pesaing. Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Allah Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama demi pencapaian hasil yang diinginkan. Bisnis umrah dan haji memang dipandang cukup menggiurkan. Begitu pula pada perusahaan yang bergerak di bidang biro perjalanan atau yang sering kita kenal dengan istilah tour dan travel PT. Salfany Safanusa Banjarmasin. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bauran pemasaran pada PT. Salfany Safanusa Banjarmasin dan mengetahui kendala dalam bauran pemasaran pada PT. Salfany Safanusa Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Subjek dalam penelitian ini terdiri dari pimpinan dan staff karyawan dan objek penelitian yaitu bauran pemasaran jasa pada PT. Salfany Safanusa. Metode pengumpulan data pada penelitian ini diambil melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun analisis data pada penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data, kesimpulan dan verifikasi.

Hasil temuan dari penelitian ini adalah bauran pemasaran atau *marketing mix* yang terdiri dari 4P yaitu *product*, *price*, *promotion* dan *place*. *Product* yang dimiliki oleh PT. Salfany Safanusa terdiri dari berbagai macam diantaranya haji, umrah plus, umrah regular dan wisata muslim baik dalam maupun luar negeri. *Price* atau harga yang ditawarkan oleh perusahaan ini berasal dari segmen pasar menengah ke atas. *Promotion* atau promo yang dilakukan PT. Salfany Safanusa dengan cara pendekatan pemasaran secara pribadi kepada pengusaha, ulama dan tokoh masyarakat, selain itu juga dengan menggunakan media cetak yaitu Banjarmasin post serta membagikan brosur dan mengikuti pameran. *Place* atau tempat yang dijadikan sebagai pendistribusian pasar melalui penjualan langsung saat calon jemaah datang ke kantor. Kendala bauran pemasaran dalam PT. Salfany Safanusa Banjarmasin terletak pada produk yang ditawarkan oleh travel sama dengan travel jasa perjalanan ibadah haji dan umrah lainnya, banyaknya travel-travel yang memiliki izin diluar Banjarmasin namun mencari calon jemaah di Banjarmasin, harga yang cukup tinggi dari travel lain (segmentasi menengah ke atas) dan kurangnya strategi promosi yang masih dijalankan