STRATEGI PEMASARAN TRAVEL UMROH DALAM MEREKRUT JAMAAH DI PT ANI HAMID BANJARMASIN

SKRIPSI

OLEH:
ALFINA ANGGRAINI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

PRODI MANAJEMEN DAKWAH

BANJARMASIN

2026 M / 1448 H


UIN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI
BANJARMASIN

STRATEGI PEMASARAN TRAVEL UMROH DALAM MEREKRUT JAMAAH DI PT ANI HAMID BANJARMASIN

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
Program Studi Manajemen Dakwah

Oleh:
Alfina Anggraini
220104030262

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
MANAJEMEN DAKWAH
BANJARMASIN
2026 M/1448 H

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Alfina Anggraini
NIM	: 20104030262
Tempat/Tanggal Lahir	: Banjarmasin, 29 Juni 2004
Jurusan/Program Studi	: Manajemen Dakwah
Fakultas	: Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Travel Umroh Dalam Merekrut Jamaah di PT Ani Hamid Banjarmasin" adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarbaru, 17 September 2026

Yang membuat pernyataan



Alfina Anggraini

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Kampus 1: Jl. A. Yani KM. 4.5 Banjarmasin 70235 Kampus 2 : Jl. Pandarapan KM 1 Banjarbaru 70724
Telepon (0511) 3257627; Faksimili (0511) 3254344;
Website: www.fdk.uin-antasari.ac.id; *E-mail:* fdik@uin-antasari.ac.id Ig: fdkuinantasari

SURAT KETERANGAN LULUS CEK PLAGIASI

Nomor : 1505/Un.14/III.4/KP.01.2/09/2026

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

Nama	: Alfina Anggraini
NIM	: 220104030262
Program Studi	: S1 Manajemen Dakwah

Judul skripsi:

Strategi Pemasaran Travel Umroh Dalam Merekrut Jamaah di PT Ani Hamid Banjarmasin

Hasil Uji Plagiasi : 24 %

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, 23 September 2026
a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,

Abdul Hafiz Sairazi

PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul	: Strategi Pemasaran Travel Umroh Dalam Merekrut Jamaah di PT Ani Hamid Banjarmasin
Ditulis oleh	: Alfina Anggraini
NIM	: 220104030262
Jurusan/Prodi	; Manajemen Dakwah
Fakultas	: Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Tahun Akademik	: 2025/2026
Alamat	:Komplek Anugrah Hamparan No.07 Rt.011 Rw.002 Kelurahan Atu-Atu Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut Provinsi Kalimantan Selatan

Setelah diteliti dan dilakukan perbaikan, kami menyetujui untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Banjarbaru, Agustus 2026

Pembimbing I	Pembimbing II
Syaipul Hadi, S.IP., MA	**Devi Noviyanti, SE., MM**
NIP. 196912051999031001	NIP. 198701252015032003

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

Nasarhanah, SEI., MSI
NIP. 198909112015032005

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Travel Umroh Dalam Merekrut Jamaah Di PT ANI HAMID BANJARMASIN" ditulis oleh Alfina Anggraini telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Senin

Tanggal : 19 Oktober 2026

Dan dinyatakan LULUS dengan predikat: 85 (A)

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

UIN Antasari Banjarmasin

Dr. Hj. Halimatus Sakdiah, S.Ag., M.Si

NIP. 19760413 200003 2002

TIM PENGUJI:

Nama	Tanda Tangan
1. Prof. Dr. H. Nadzmi Akbar, S, Pd., M.Pd.I	1.
2. Anwar Fuadi, MA.	2.
3. Syaipul Hadi, S.IP., MA.	3.
4. Devi Noviyanti, SE., MM.	4.

ABSTRAK

Alfina Anggraini. 220104030262. *Strategi Pemasaran Travel Umroh Dalam Merekrut Jamaah di PT Ani Hamid Banjarmasin. Skripsi*, Pembimbing I Syaipul Hadi, S.IP., MA dan Pembimbing II Devi Noviyanti, SE., MM, Pada Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Antasari Banjarmasin, 2026.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Travel Umroh, Perekrutan Jamaah, Marketing Mix 7P, PT Ani Hamid Banjarmasin.*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan perjalanan ibadah umroh, sehingga menimbulkan persaingan di antara perusahaan penyelenggara perjalanan umroh. Kondisi tersebut menuntut setiap perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar mampu menarik minat masyarakat dan meningkatkan jumlah jamaah. PT Ani Hamid Banjarmasin sebagai salah satu perusahaan penyedia layanan perjalanan umroh perlu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, baik melalui pendekatan langsung kepada masyarakat maupun pemanfaatan media digital.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pemasaran travel umroh dalam merekrut jamaah di PT Ani Hamid Banjarmasin serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung keberhasilan strategi pemasaran dalam menarik minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umroh. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki pengetahuan dan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui tahapan kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Ani Hamid Banjarmasin menerapkan strategi pemasaran melalui konsep marketing mix 7P, yang meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang atau sumber daya manusia), process (proses pelayanan), dan *physical evidence* (bukti fisik). Dari ketujuh unsur tersebut, promosi menjadi salah satu unsur yang paling dominan, terutama melalui metode *(word of mouth)* atau promosi dari mulut ke mulut yang didukung oleh pemanfaatan media digital, seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, dan website.

MOTTO

"Keberhasilan bukanlah milik orang pintar. Melainkan milik mereka yang senantiasa berusaha"

(B.J Habibie)

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. Atas limpahan rahmat, kesehatan, serta kemudahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. beserta kerabat dan para sahabatnya. Berkat doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi berjudul "Strategi Pemasaran Travel Umroh dalam Merekrut Jamaah di PT Ani Hamid Banjarmasin" akhirnya dapat penulis rampungkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Dakwah.

Oleh karena itu, penulis dengan penuh rasa hormat ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Hj. Nida Mufidah, M.Pd, selaku Rektor UIN Antasari Banjarmasin.
2. Ibu Dr. Hj. Halimatus Sakdiah, M.Si, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Sri Anafarhanah, SEI., MSI., selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah.
4. Bapak Syaipul Hadi, S.IP., MA selaku Dosen Pembimbing Akademik I yang selalu memberikan perhatian dan ilmu sehingga proses dan penyusunan skripsi ini berjalan dengan lebih mudah dan lancer.
5. Ibu Devi Noviyanti, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing II sekaligus Dosen Penasehatyang dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, serta koreksi selama proses penulisan.
6. Seluruh Dosen dan staf karyawan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan pelajaran kepada penulis selama berkuliah di kampus UIN Antasari Banjarmasin.

7. Pimpinan PT Ani Hamid Banjarmasin beserta seluruh staf karyawan yang telah menerima dengan baik dan bersedia menjadikan instansi sebagai objek penelitian.
8. Teristimewa, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, Papa dan Mama kedua sosok yang paling berjasa dalam kehidupan penulis. Mereka lah yang selalu menjadi sumber kekuatan, penguat Langkah, dan tempat Kembali bagi penulis dalam setiap proses yang dijalani. Sebagai anak pertama, penulis bersyukur dan bangga dapat menyelesaikan Pendidikan sarjana sebagai lulusan pertama di keluarga. Setiap cucuran keringat, kerja keras, dan tanggung jawab Papa dalam menafkahi keluarga menjadi jalan bagi penulis untuk dapat mengenyam Pendidikan hingga tahap ini, sekaligus menjadi teladan tentang arti keteguhan dan tanggung jawab. Mama senantiasa menghadirkan doa, motivasi, nasihat, dan kasih saying tanpa batas yang terus mengiringi setiap Langkah dan ikhtiar penulis, dengan kesabaran dan pengorbanan yang tak pernah terhitung. Seluruh dukungan, perhatian, serta keikhlasan Papa dan Mama menjadi sumber kekuatan, inspirasi, serta pelita yang senantiasa menerangi perjalanan penulis dalam menyelesaikan Pendidikan sarjana ini.Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Kesehatan, keberkahan, umur yang Panjang, serta membalas seluruh kebaikan, pengorbanan, dan keikhlasan Papa dan Mama dengan pahala yang berlipat ganda.
9. Kepada Adik-adikku tercinta, Muhammad Raffa Fadillah dan Muhammad Rakha Athalla. Terimakasih sudah ikut serta dalam proses penulisan menempuh Pendidikan selama ini, terimakasih atas semangat doa, dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbuhlah lebih baik dan menjadi versi yang paling hebat. Adikku.
10. Kepada Partner penulis yang terkasih yang tak kalah penting kehadirannya, Rizki Tri Rahardianto yang menjadi salah satu

penyemangat karena selalu ada dalam suka maupun duka dan tak henti-hentinya memberikan semangat dan dukungan serta bantuan baik itu tenaga, pikiran, materi maupun moril. Terimakasih banyak telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis berkotribusi banyak dalam penulisan skripsi ini. Telah menjadi rumah tempat berkeluh kesahku diwaktu lelahmu, menjadi pendengar yang baik, menghibur, penasehat yang baik, senantiasa memberikan cinta dan semangat untuk pantang menyerah. Semoga Allah mengganti berkali-kali lipat dan sukses selalu kedepannya untuk kita berdua aamiiinnn.

11. Teman-teman Prodi Manajemen Dakwah Angkatan 2022 khususnya lokal 22C, dan konsentrasi Manajemen Haji dan Umroh (MHU). Secara khusus terimakasih kepada teman seperjuangan selama kuliah yaitu: Tina, Nurul, Qibti, Wafa, Novi, dan juga Alm. Amah yang meski sudah mendahului kami, namun semangat dan kenangan bersamanya akan selalu dikenang.

Skripsi ini tentu belum sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk meningkatkan kualitas serta pengembangan penelitian ini di waktu mendatang. Semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Banjarbaru, 7 Mei 2026

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam Skripsi ini menggunakan pedoman transliterasi Berdasarkan keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pnedidikan dan Kebudayaan R.I. No. 158 Tahun 1987 dan No. 0543b/1987 yang secara garis bbesar dapat diuraikan sebagai berikut:

A. Konsonan

Huruf	Penulisan
ا	A
ب	B
ت	T
ث	S
ج	J
ح	H̲
خ	Kh
د	D
ذ	Z̲
ر	R
ز	Z
س	S
ش	Sy
ص	Sh
ض	Dl

Huruf	Penulisan
ط	Th
ظ	Zh
ع	‘
غ	Gh
ف	F
ق	Q
ك	K
ل	L
م	M
ن	N
و	W
ه	H
ء	`
ي	Y
ة	T̲

B. Vokal

Vokal Bahasa arab, seperti vocal Bahasa indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong.*

1. Vocal Tunggal

   Vokal tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	A
ـِ	Kasrah	i	I
ـُ	Dammah	u	U

2. Vocal rangkap

   Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَيْ	Fathah dan ya	ai	a dan u
ـَوْ..	Fathah dan wau	au	a dan u

C. *Maddah*

Maddah atau vocal Panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا... ـَ...ى	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...ـِى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...ـُو	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

D. *Ta'Marbutah*

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

   Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

   Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضة ٱلأطفِل raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- ٱلمَدِيْنة ٱلمُنَوّرة al-madīnahal-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحة talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزّل nazzala
- ٱلبر al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khużu
- ئ شَيْ syai'un

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat

yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contohnya:

- وَإِنَّ اللهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
  Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعٰلَمِيْنَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
  Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- اَلرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

DAFTAR ISI

HALAMAN LOGO ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN ..... **ii**
SURAT KETERANGAN LULUS CEK PLAGIASI ..... **iv**
PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
MOTTO ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA ..... **xi**
DAFTAR ISI ..... **xvi**
DAFTAR TABEL ..... **xix**
DAFTAR GAMBAR ..... **xx**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xxi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Signifikan Penelitian 5
E. Definisi Operasional 6
F. Penelitian Terdahulu 9
G. Sistematika Penulisan 12
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR **14**
A. Strategi 14
1. Macam-macam Strategi 15
2. Langkah-Langkah Strategi 15
B. Strategi Pemasaran 18
C. Bauran Pemasaran *(Marketing Mix 7P)* 19
1. *Product* (Produk) 20
2. *Price* (Harga) 20

3. *Place* (Tempat/Saluran Distribusi).....21
4. *Promotion* (Promosi).....21
5. *People* (Orang).....22
6. *Process* (Proses).....22
7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik).....22
D. Travel Umroh.....24
E. Kerangka Pikir.....26
BAB III METODE PENELITIAN.....26
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....26
B. Subjek dan Objek Penelitian.....27
C. Lokasi Penelitian.....27
D. Sumber Data.....28
E. Teknik Pengumpulan Data.....29
F. Analisis Data.....30
G. Keabsahan Data.....31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....33
A. Hasil Penelitian.....33
1. Profil singkat PT Ani Hamid Banjarmasin.....33
2. Sejarah PT. Ani Hamid Banjarmasin Group Wisata.....34
3. Visi dan Misi PT. Ani Hamid Banjarmasin Group Wisata.....36
4. Produk-produk yang ditawarkan PT. Ani Hamid Banjarmasin.....37
B. Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Jamaah Umroh di PT Ani Hamid Banjarmasin.....41
1. Proses Perencanaan dan Penetapan Strategi Pemasaran PT Ani Hamid Banjarmasin.....41
2. Perkembangan Jumlah Minat Jamaah Umroh.....43
3. Daya Tarik Jamaah PT Ani Hamid Banjarmasin.....45
4. Penerapan Marketing Mix 7P.....48
C. Analisis Srategi Pemasaran Dalam Merekrut Jamaah Umroh di PT Ani Hamid Banjarmasin.....59
D. Faktor-Faktor Pendukung Keberhasilan Strategi Pemasaran PT Ani

Hamid Banjarmaasin dalam Merekrut Jamaah Umroh 69
1. Legalitas dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Perusahaan 69
2. Kualitas Sumber Daya Manusia dan Pelayanan.....70
3. Kepuasan dan Pengalaman Positif Jamaah 71
4. Promosi dari Mulut ke Mulut *(Word of Mouth)*.....72
5. Pemanfaatan Media Digital sebagai Sarana Informasi dan Promosi 73
6. Kelengkapan Fasilitas dan Kenyamanan Jamaah.....74
7. Hubungan Kekeluargaan dan Silaturahmi dengan Jamaah 75
BAB V PENUTUP 78
A. Kesimpulan 78
B. Saran 80
DAFTAR PUSTAKA 83
LAMPIRAN-LAMPIRAN 86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 100

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Produk Paket Umroh Travel PT Ani Hamid Banjarmasin.....38
Tabel 4.2 Perkembangan Jumlah Minat Jamaah Umroh 43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Peta Lokasi PT Ani Hamid Banjarmasin 35
Gambar 4.2 Kantor PT Ani Hamid Banjarmasin.....35
Gambar 4.3 Logo PT Ani Hamid Banjarmasin 36
Gambar 4.4 Akun TikTok PT Ani Hamid Banjarmasin 52
Gambar 4.5 Akun Instagram PT Ani Hamid Banjarmasin 52
Gambar 4.6 WhatsApp PT Ani Hamid Banjarmasin.....53
Gambar 4.7 Akun Instagram *Brand Ambassador* PT Ani Hamid Banjarmasin 53
Gambar 4.8 Area Parkir PT Ani Hamid Banjarmasin 58
Gambar 4.9 Fasilitas PT Ani Hamid Banjarmasin.....59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara 86
Lampiran 2. Dokumentasi 90
Lampiran 3. SK Pembimbing Skripsi 95
Lampiran 4. Berita Acara 96
Lampiran 5. Surat Keterangan Seminar 97
Lampiran 6. Surat Keterangan Lulus Kompre 98
Lampiran 7. Surat Izin Riset 99