

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah sehingga semakin meningkat pula persaingan dalam sektor bisnis penyediaan jasa perjalanan ibadah umrah khususnya di Kota Palembang. Hal ini menuntut perusahaan penyedia jasa perjalanan ibadah umrah tersebut meningkatkan kualitas strategi pemasaran yang lebih baik dari kompetitornya untuk meningkatkan jumlah jama'ah diperusahaannya. Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan travel haji dan umrah pada pt.zafa mulia mandiri palembang dalam meningkatkan jumlah jama'ah? 2) Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam proses pemasaran haji dan umrah dalam meningkatkan jumlah jama'ah pada pt.zafa mulia mandiri palembang?

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (Field Research), dengan sumber data primer dan skunder. Sedangkan teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh hasil dan kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh PT.Zafa Mulia Mandiri Palembang dalam meningkatkan jumlah jama'ah yaitu sebagai berikut: *Pertama* ditinjau dari bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P, bahwa yang berperan penting dalam meningkatkan jumlah yaitu lebih ke strategi promosi (*promotion*). *Kedua* PT.Zafa Mulia Mandiri Palembang dalam menentukan strategi promosi produk jasanya, dengan lebih melakukan sistem pemasarannya secara tidak langsung, dan menggunakan kemitraan yang menjadi target-target untuk menarik jamaah sehingga dapat menaikkan jumlah jamaah dan zafa tour mempunyai pelayanan yang baik dan nyaman. Proses Pemasaran Haji dan Umroh dalam Meningkatkan Jumlah Jama'ah pada PT.Zafa Mulia Mandiri diantaranya faktor pendukung seperti pemberian jasa pelayanan, keterbukaan informasi, mengikuti bimbingan teknis seperti mengikuti program manasik yang diadakan oleh pusat dan kemitraan zafa tour palembang. Faktor penghambat seperti informasi tidak up to date adanya kendala dokumen-dokumen dari calon jama'ah.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Haji dan Umroh, Jumlah Jama'ah

ABSTRACT

This research is motivated by the increasing interest of the community to carry out the Umrah pilgrimage so that the competition in the business sector for providing Umrah travel services, especially in the city of Palembang, is increasing. This requires the company providing Umrah travel services to improve the quality of its marketing strategy that is better than its competitors to increase the number of pilgrims in its company. The formulation of the problem in this study is 1) What is the marketing strategy used by Hajj and Umrah travel at PT. Zafa Mulia Mandiri Palembang in increasing the number of pilgrims? 2) What are the supporting and inhibiting factors in the Hajj and Umrah marketing process in increasing the number of pilgrims at PT. Zafa Mulia Mandiri Palembang?

This type of research is a field research (Field Research), with primary and secondary data sources. While the data collection techniques are observation, interviews, and documentation. The data analysis technique in this research is descriptive qualitative.

Based on the research conducted, the results and conclusions are obtained that the marketing strategy used by PT.Zafa Mulia Mandiri Palembang in increasing the number of congregations is as follows: First in terms of the marketing mix (marketing mix) 7P, that which plays an important role in increasing the number is more to the promotion strategy. Second, PT. Zafa Mulia Mandiri Palembang in determining the promotion strategy of its service products, by carrying out its marketing system more indirectly, and using partnerships that are targets to attract pilgrims so that they can increase the number of pilgrims and Zafa tour has good and comfortable service. The Marketing Process of Hajj and Umrah in Increasing the Number of Pilgrims at PT. Zafa Mulia Mandiri includes supporting factors such as providing services, information disclosure, following technical guidance such as participating in ritual programs held by the center and zafa tour palembang partnerships. Inhibiting factors such as information that is not up to date, there are problems with documents from prospective pilgrims.

Keywords: Marketing Strategy, Hajj and Umrah, Number of Jama'ah