

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Strategi Pemasaran PT.Zafa Mulia mandiri Palembang Dalam Menghadapi Persaingan Harga Antara Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU)”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran PT. Zafa Mulia Mandiri Palembang dalam menghadapi persaingan harga antara Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umroh (PPIU) dan mengetahui faktor yang mempengaruhi persaingan harga antara Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umroh (PPIU). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *file reset* dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data meliputi Teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan menggunakan data primer dan sekunder. Teknik analisis data yang digunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan peneliti teori dari Philip Kotler dan Kevine Lane Keller dengan analisis SWOT yang berkaitan dengan 4P (*product, price, promotion, place*). Hasil penelitian strategi pemasaran di PT. Zafa Mulia Mandiri Palembang dalam penelitian ini sebagaimana yang diterapkan dengan strategi pemasaran yang dilakukan lebih berkaitan dengan konsep 4P: *product, price, promotion, place*, maka dari itu apabila ingin mendapatkan hasil yang sempurna dari sebuah aktivitas jasa sangat mengutamakan pengelolaan yang tepat serta maksimal dan faktor internal akan berinteraksi dan memberi pengaruh satu dengan lainnya dalam sebuah system, analisis saja belum tentu dapat memberikan gambaran tentang bagaimana faktor internal tersebut mempengaruhi faktor eksternal di mana terdapat interaksi di dalamnya dalam mempengaruhi pengambilan keputusan, berbagi lingkungan, sumber daya, bernegosiasi, dan berkolaborasi dalam mencapai tujuan secara dinamis. Setelah tahap interaksi pada faktor-faktor tersebut, maka tahap selanjutnya adalah menentukan empat kelompok alternatif strategi yang disebut dengan *strength, weakness, opportunity, threat*. Keempat alternatif strategi ini kemudian berkaitan dengan 4P yaitu *product, price, promotion dan place*. Bagi para pelanggan atau konsumen harus lebih bersikap selektif dalam memilih produk dari Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU), agar produk dan jasa yang konsumen inginkan lebih efektif dan efisien sesuai dengan kriteria yang diinginkan.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Persaingan Harga, Zafa Mulia Mandiri*