

PERAN MANAJEMEN TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PADA TRAVEL UMROH DAN HAJI PT. SRI VARIA WISATA PALEMBANG

Ali Haidar
1920602076

ABSTRAK

PT. Sri Varia Wisata Palembang. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa salah satunya adalah Travel Umroh dan Haji PT. Sri Varia Wisata yang didirikan pada tahun 1987 dan merupakan anak perusahaan PT. Pusri yang tujuan utamanya adalah membantu dari kegiatan operasional perusahaan induk pada bidang pemberangkatan dan pembelian tiket karyawan, seiring dengan perkembangan waktu PT. Sri Varia Wisata juga mengalami perkembangan yang pesat dimana perusahaan sudah memiliki bisnis operasionalnya sendiri salah satunya adalah jasa Travel Umroh dan Haji. Dalam melakukan bisnisnya dan untuk mencapai tujuan maka perusahaan PT. Sri Varia Wisata memiliki manajemen yang berperan baik bagi perusahaan terutama dalam menjalankan strategi bisnis yang mereka kelola. Strategi yang dilakukan manajemen salah satunya adalah menggunakan sistem bauran pemasaran 7p. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana peran Manajemen dan faktor pendukung ataupun penghambat bagi manajemen berperan terhadap strategi pemasaran. Penelitian ini dilakukan di kantor PT. Sri Varia Wisata Jl, Mayzen, Kec Kalidoni, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif, dan dengan sumber data primer dan sekunder yaitu dokumen dan wawancara dengan karyawan dan manajer PT. Sri Varia Wisata. Hasil penelitian ini menunjukkan Peran manajemen terhadap strategi pemasaran sudah dilakukan dengan baik dengan menerapkan strategi menggunakan bauran pemasaran 7p, manajemen sudah bekerja dengan sangat baik dalam melakukan bisnis yang mereka lakukan dalam menggapai tujuan dari perusahaan. Manajemen berupaya penuh terhadap peluang yang tercipta memaksimalkan kinerja karyawan dengan mengikutsertakan semua staf karyawan dalam melakukan promosi pada bisnis yang dikelola. Serta Faktor pendukung manajemen dalam melakukan bisnis adalah mendapatkan dukungan penuh dari atasan berupa fasilitas, dan modal sehingga strategi bisa dijalankan. Faktor penghambat manajemen berasal dari faktor eksternal seperti bencana wabah Covid-19 yang menyebabkan kendala bagi perusahaan dan manajemen

Kata Kunci: Haji dan Umroh, Peran Manajemen, Strategi Pemasaran

**MANAGEMENT ROLE AGAINST MARKETING STRATEGY ON
TRAVEL UMRAH AND HAJJ PT. SRI VARIA WISATA
PALEMBANG**

Ali Haidar

1920602075

ABSTRACT

PT. Sri Varia Wisata Palembang. One of the companies operating in the service sector is Travel Umrah and Hajj PT. Sri Varia Wisata, which was founded in 1987 and is a subsidiary of PT. Pusri, whose main objective is to assist with the parent company's operational activities in the field of employee departures and ticket purchases, along with the development of PT. Sri Varia Wisata is also experiencing rapid development where the company already has its own operational business, one of which is Umrah and Hajj Travel services. In conducting its business and to achieve its goals, the company PT. Sri Varia Wisata has management that plays a good role for the company, especially in carrying out the business strategies they manage. One of the strategies implemented by management is using the 7p marketing mix system. The formulation of the problem in this research is how the role of management and the supporting or inhibiting factors for management play a role in marketing strategy. This research was conducted at the PT office. Sri Varia Wisata Jl, May Zen, Kalidoni District, Palembang City, South Sumatra. This type of research is field research with a qualitative approach, and with primary and secondary data sources, namely documents and interviews with employees and managers of PT. Sri Varia Wisata. The results of this research show that management's role in marketing strategy has been carried out well by implementing a strategy using the 7p marketing mix, management has worked very well in carrying out the business they do in achieving the company's goals. Management makes full efforts to create opportunities to maximize employee performance by involving all employee staff in carrying out promotions in the business managed. And the supporting factor for management in doing business is getting full support from superiors in the form of facilities and capital so that strategies can be implemented. Management inhibiting factors come from external factors such as the Covid-19 outbreak which causes obstacles for the company and management.

Keywords: Hajj and Umrah, Management Roles, Marketing Strategies