

## ABSTRAK

**Muhammad Farhan Fadhilah:** *Strategi Pemasaran Travel dalam Meningkatkan Minat Masyarakat untuk Umrah (Penelitian di Travel PT. Nameera Mandiri Wisata).*

Biro perjalanan ibadah haji dan umrah harus memiliki program yang jelas dan terarah serta serius dalam memberangkatkan jemaah yang hendak akan melaksanakan ibadah haji dan umrah, salah satunya pemasaran program kepada jemaah. Dengan adanya program jelas dan terarah dapat menjadi daya jual yang tinggi terhadap jemaah dan menjadi daya saing bagi biro perjalanan ibadah haji dan umrah lainnya serta menandakan profesionalitas biro perjalanan haji dan umrah dalam upaya memenuhi pembinaan, pelayanan dan perlindungan terhadap jemaah haji dan umrah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui formulasi strategi, implementasi strategi, dan hasil serta evaluasi strategi pemasaran umrah terhadap peningkatan jumlah Jemaah di PT. Nameera Mandiri Wisata.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan teori strategi pemasaran menurut Fred R. David yaitu formulasi strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi yang membuat sistem kerja yang lebih terarah dalam mencapai tujuan.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, adapun pendekatan yang digunakan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung dan mengetahui strategi pemasaran pada PT. Nameera Mandiri Wisata.

Hasil penelitian ini, peneliti menemukan bahwa strategi pemasaran di PT. Nameera Mandiri Wisata telah melakukan sesuai dengan teori Fred R. David pada strategi pemasaran yaitu pertama formulasi strategi dengan pengembangan visi dan misi, penentuan tujuan, dan analisis lingkungan. Kedua, implementasi strategi dengan struktur organisasi, pengalokasian sumber daya dan pengembangan sistem. Ketiga, evaluasi strategi dengan meninjau faktor internal dan eksternal, dan pengukuran kinerja.

**Kata Kunci:** Pemasaran, Strategi, Travel, Umrah