

ABSTRAK

Siti Zahroh Hayatussalamah: Strategi Pemasaran Travel Umrah Di Dalam Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) Tahun 2024 (Penelitian Kualitatif Deskriptif Pada Mitra Samira Travel Panimbang Pandeglang Provinsi Banten)

Persaingan travel umrah yang semakin meningkat mendorong biro perjalanan untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam menarik minat jemaah. Mitra Samira Travel Panimbang menghadapi persaingan tersebut dengan menyesuaikan strategi pemasaran berdasarkan kebutuhan masyarakat lokal.

Penelitian ini menggunakan konsep *marketing mix* 4P yang meliputi *product*, *price*, *place*, dan *promotion* sebagai dasar dalam menganalisis strategi pemasaran Mitra Samira Travel Panimbang. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif deskriptif dengan 4 informan, yaitu 1 kepala travel, 1 *head marketing*, dan 2 jemaah. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi produk diterapkan melalui standar “5 PASTI”, penerapan SOP, tenaga pendamping yang berkompeten, serta penyediaan beberapa pilihan paket umrah. Strategi harga dilakukan melalui penyesuaian biaya dengan kondisi pasar dan kemampuan jemaah serta menyediakan pilihan pembayaran tunai, menabung, dan “umrah dulu bayar belakangan”. Strategi tempat dilakukan melalui kantor yang mudah dijangkau, layanan WhatsApp, serta jaringan agen dan komunitas keagamaan. Sementara itu, strategi promosi dilakukan melalui media sosial, brosur, seminar, pengajian, dan sosialisasi langsung. *Word of mouth* dari jemaah menjadi salah satu media promosi yang dinilai paling efektif dalam menarik calon jemaah.

Maka dapat disimpulkan, Mitra Samira Travel Panimbang telah menerapkan strategi *marketing mix* 4P melalui pengelolaan produk, harga, tempat, dan promosi yang disesuaikan dengan kebutuhan jemaah. Strategi tersebut didukung oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan jemaah dalam menarik minat masyarakat menggunakan jasa umrah.

Kata Kunci : Strategi pemasaran, *marketing mix* 4P, minat jemaah, travel umrah, Samira Travel.